



Criteo renueva su marca y revela su hoja de ruta para el futuro del open internet durante el Investor Day

"The Future is Wide Open" para Criteo; la empresa consolida su transformación y vislumbra el futuro de la publicidad

Madrid, 3 de junio de 2021.- Es un nuevo día para [Criteo](#) S.A. (NASDAQ: CRTO), la compañía tecnológica global que proporciona la plataforma de medios de comercio líder en el mundo. Hoy, la empresa ha presentado una nueva identidad de marca para alinearse con la transformación que ha experimentado durante el último año, incluyendo un nuevo logotipo, identidad visual y posicionamiento de marca, "The Future is Wide Open". El cambio de marca refleja el compromiso de Criteo de apoyar un Internet justo y abierto que permita descubrir, innovar y elegir. También refleja la gran oportunidad que Criteo puede aprovechar mientras se prepara para el futuro de la publicidad sin cookies.

"Es el momento adecuado para una nueva identidad de marca y un nuevo posicionamiento, ya que utilizamos nuestra fortaleza en datos y tecnología para restablecer el liderazgo de Criteo dentro de la industria de la publicidad y definir un tono optimista para el futuro del open internet en todo el mundo", afirma Megan Clarken, Directora General de Criteo.

El nuevo logotipo sitúa los dos puntos que antes estaban conectados en la parte superior derecha en el centro de éste, para representar mejor a los consumidores y a sus clientes, que son la pieza central de la estrategia de producto de la empresa. Los dos puntos incluyen ahora un espacio abierto, que hace referencia al descubrimiento y a la apertura, ya que la empresa invita a su público a unirse y equilibra un sólido legado, visualizado con una fuente más atrevida y moderna. Los cambios visuales han sido desarrollados por el equipo de marketing de Criteo, en colaboración con la agencia creativa y de innovación *Technology, Humans and Taste [THAT]*, que ha asesorado sobre el posicionamiento de la marca.

"Cuando decimos *"The Future is Wide Open"*, nos referimos a las enormes posibilidades que presenta el dataset único de Criteo para mejorar la experiencia de cada consumidor en el open internet", ha revelado Todd Parsons, Director de Producto de Criteo. "Puede que las cookies desaparezcan, pero lo vemos como una oportunidad para evolucionar nuestra estrategia de producto y ofrecer mayores beneficios a los consumidores y a nuestros clientes."

Para anunciar la nueva marca y compartir más detalles sobre su transformación empresarial, Criteo celebra hoy, de manera virtual, el Investor Day que incluye:

- **Presentaciones del equipo directivo de Criteo** – El C-Level se reúne para presentar la estrategia, las oportunidades de mercado, las capacidades y el posicionamiento. En particular, la jornada aborda el futuro de la publicidad y la hoja de ruta de productos de la empresa para hacer realidad su visión de ofrecer experiencias más completas a todos los consumidores.
- **Estrategia de la Plataforma de Medios de Comercio** - Criteo reintroduce su abanico de productos ofreciendo a los profesionales del marketing la posibilidad de activar y medir



las campañas publicitarias y a los propietarios de los medios de comunicación la posibilidad de monetizar su inventario, todo ello apoyado por un Conjunto de Datos que potencia la tecnología y marca la diferencia de Criteo en la Industria.

- **Panel de Socios** - Un panel de cuatro personas, moderado por el Director Ejecutivo de Criteo para EMEA, que debatirá la oportunidad de los medios de comunicación en el comercio y formado por los principales vendedores y propietarios de medios de comunicación de las soluciones de Criteo.

Bryan Gildenberg, Vicepresidente Senior de Comercio en Omnicom Retail Group, calificó el renovado enfoque de Criteo como "un paso estratégico hacia el camino correcto" y añadió: "Criteo tiene una oportunidad única para cerrar la brecha, a medida que el awareness y la conversión se fusionan. Estoy encantado de trabajar con Criteo y de tener la oportunidad de seguir de cerca el camino que siguen"

El Investor Day virtual de Criteo tendrá lugar hoy, 3 de junio, a las 14h, a través de un webcast. El Investor Day será pregrabado con la posibilidad de realizar una sesión de preguntas y respuestas en directo. El evento se transmitirá públicamente y la repetición estará disponible posteriormente en la web de relaciones con los inversores de Criteo. Para más información, visite: <https://criteo.investorroom.com/>.

Sobre Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) es la empresa tecnológica global que proporciona la plataforma de medios de comercio líder en el mundo. Los 2.500 miembros del equipo de Criteo colaboran con más de 20.000 profesionales del marketing y miles de propietarios de medios de comunicación de todo el mundo para activar el mayor conjunto de datos comerciales del mundo con el fin de obtener mejores resultados comerciales. Al impulsar una publicidad fiable e impactante, Criteo aporta experiencias más ricas a todos los consumidores, al tiempo que apoya una Internet justa y abierta que permite el descubrimiento, la innovación y la elección. Para más información, visite www.criteo.com.

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

Divulgación de las declaraciones a futuro

Este comunicado de prensa contiene declaraciones a futuro, incluyendo nuestras expectativas con respecto a nuestra oportunidad de mercado y las perspectivas de crecimiento futuro y otras declaraciones que no son hechos históricos e implican riesgos e incertidumbres que podrían causar que los resultados reales difieran materialmente. Los factores que podrían causar o contribuir a tales diferencias incluyen, pero no se limitan a: fallos relacionados con nuestra tecnología y nuestra capacidad para innovar y responder a los cambios tecnológicos, incertidumbre sobre el alcance y el impacto de la pandemia COVID-19 en nuestros empleados, operaciones, ingresos y flujos de caja, incertidumbre sobre nuestra capacidad para acceder a un suministro constante de inventario de publicidad en Internet y ampliar el acceso a dicho inventario, incluyendo, sin limitación, la incertidumbre sobre el calendario y el alcance de los cambios propuestos y las mejoras del navegador Chrome anunciadas por Google, las inversiones en nuevas oportunidades de negocio y el calendario de estas inversiones, si los beneficios proyectados de las adquisiciones se materializan como se espera, la incertidumbre sobre el crecimiento y la expansión internacional, el impacto de la competencia, la incertidumbre sobre los desarrollos legislativos, reglamentarios o autorreguladores en materia de privacidad de datos y el impacto de los esfuerzos de otros participantes en nuestra industria para cumplir con ellos, el impacto de la resistencia de los consumidores a la recopilación y el intercambio de datos, nuestra capacidad para acceder a los datos a través de terceros, la incapacidad para mejorar nuestra



marca de forma rentable, que las tasas de crecimiento recientes no sean indicativas del crecimiento futuro, nuestra capacidad para gestionar el crecimiento, las posibles fluctuaciones en los resultados operativos, nuestra capacidad para aumentar nuestra base de clientes y el impacto financiero de maximizar los ingresos ex-TAC, así como los riesgos relacionados con las oportunidades y los planes futuros, incluyendo la incertidumbre sobre el rendimiento y los resultados financieros futuros esperados y los riesgos que se detallan de vez en cuando en el apartado "Factores de riesgo" y en otras partes de los archivos e informes de la Compañía en la SEC, incluyendo el Informe Anual de la Compañía en el Formulario 10-K presentado a la SEC el 26 de febrero de 2021, y en los subsiguientes Informes Trimestrales en el Formulario 10-Q, así como en futuros archivos e informes de la Compañía. En este momento, la pandemia de COVID-19 sigue teniendo un impacto significativo en el negocio, la situación financiera, el flujo de caja y los resultados de las operaciones de Criteo. Existen notables incertidumbres sobre la duración y el alcance del impacto del virus.

Salvo que lo exija la ley, la empresa no tiene el deber ni la obligación de actualizar ninguna de las previsiones contenidas en este comunicado como consecuencia de nueva información, acontecimientos futuros, cambios en las expectativas o cualquier otro motivo.

###