



Criteo renforce sa stratégie mid-market avec l'arrivée de Shruthi Chindalur en tant que Managing Director EMEA Mid-Market

Le dynamisme du marché mid-market et le fort potentiel des PME s'orientant toujours plus vers des stratégies de transformation digitale, encouragent Criteo à renforcer son accompagnement sur ce secteur grâce à deux nominations stratégiques.

Paris – 19 juin 2018 – [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), entreprise technologique spécialiste du Commerce Marketing, annonce aujourd'hui l'arrivée de Shruthi Chindalur, en tant que Managing Director EMEA Mid-Market de Criteo. Elle reporte à Thomas Jeanjean, arrivé en 2013 chez Criteo, qui est quant à lui devenu Executive Vice President, Global Mid-Market en Octobre 2017. Ils sont tous deux basés à Barcelone, le hub européen de Criteo pour le mid-market.

Ces nominations et promotions sont dans la lignée de la stratégie de Criteo de renforcer son accompagnement auprès des PME qui ont aujourd'hui des besoins forts en termes de transformation digitale, de réconciliation des parcours d'achats des consommateurs à la fois online et offline afin de mieux cibler leur stratégie marketing.



Avant de rejoindre Criteo, **Shruthi Chindalur** était responsable de la division PME EMEA & LATAM Customer Business chez LinkedIn Sales Solutions, où elle s'est occupée du développement commercial mid-market. Elle a également été Directrice des Ventes EMEA chez Oracle Corporation où elle dirigeait les activités d'Oracle Storage Inside Sales EMEA pour des comptes stratégiques, d'entreprise et de mid-market. Elle rejoint maintenant l'équipe de Criteo dont l'ambition est de continuer à s'orienter vers le secteur mid-market, et accroître son taux de pénétration au sein de ce secteur fortement dynamique.

« *La gestion de la division des ventes mid-market EMEA est un défi passionnant et je suis impatiente de travailler avec cette nouvelle équipe* », **déclare Shruthi Chindalur**. « *Nous avons une mission cruciale visant à soutenir les entreprises du mid-market dans leurs stratégies publicitaires et à les aider à atteindre leurs objectifs de performance.* »

« *Shruthi a une connaissance approfondie des ventes digitales dans le secteur des PME EMEA, et ce dans les industries qui seront inestimables pour les clients de Criteo* », **déclare Thomas Jeanjean**, Executive Vice President, Global Mid-Market. « *Ce sont 15 années d'expérience dans l'accompagnement d'entreprises, dans le renforcement de leur marque et la mise en place de stratégies innovantes de mise sur le marché qu'elle apporte à Criteo. Les marketeurs s'appuient désormais sur des données pour développer des approches sophistiquées leur permettant d'atteindre et d'engager les consommateurs tout au long du parcours d'achat. Shruthi s'est imposée comme le choix évident pour diriger l'équipe dans l'accompagnement des marques vers cet objectif.* »



Thomas Jeanjean a rejoint Criteo en mai 2013 en tant que Managing Director France. Promu Managing Director Mid-Market Europe en 2015, il s'est attaché avec son équipe à développer la relation de Criteo auprès des entreprises de taille moyennes. Il occupe aujourd'hui le poste d'Executive Vice President Global mid-market de Criteo.

« C'est un honneur pour moi d'avoir été promu à ce rôle élargi pour œuvrer dans le développement du secteur mid-market qui présente des opportunités de croissance conséquentes. Je me réjouis d'accompagner Shruthi Chindalur dans sa mission », déclare Thomas Jeanjean.

Les bons résultats financiers des deux derniers trimestres de Criteo ont démontré qu'il y avait un fort potentiel sur le mid-market, qui représente 34 à 35% du revenu global de Criteo (ex-TAC). Les petites et moyennes entreprises ont vu leurs performances commerciales s'accroître leur donnant ainsi la possibilité d'acquérir de nouveaux marchés, d'accélérer leurs ventes et par conséquent se développer plus rapidement.

« Au cours des 12 derniers mois, des marques telles que: Half Priced Drapes, Edmunds, FitzAutoMall, HP, Motoblouz ont rejoint la longue liste des clients de Criteo qui utilisent des solutions de l'écosystème Commerce Marketing pour les accompagner dans leurs stratégies marketing orientées autour des données. Sur l'exercice 2017, ces mêmes clients ont vu leurs contrats nettement s'améliorer et leurs revenus progresser tant au niveau mondial que EMEA », déclare Thomas Jeanjean, EVP mid-market global de Criteo.

Criteo bénéficie d'un marché qui regroupe plus de 55 000 annonceurs mid-markets présents dans les 26 principaux marchés mondiaux que Criteo cible en particulier.

À propos de Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO), le spécialiste du Commerce Marketing, construit le plus grand écosystème de Commerce Marketing ouvert et performant capable de générer des ventes et des profits pour les retailers et les marques.

Les 2 700 membres de l'équipe Criteo collaborent avec 18 000 clients ainsi que des milliers d'éditeurs à travers le monde afin d'offrir des performances à grande échelle en connectant les consommateurs aux produits qu'ils désirent. Criteo Commerce Marketing Ecosystem analyse plus de 600 milliards de dollars de données transactionnelles par an.

Contacts Presse:

Aline Dubucq, Sabrina Gonzalez
a.dubucq@criteo.com
01 55 90 53 91

Marine, Audrey, Marion et Priscilia
criteofr@hotwirepr.com
01 43 12 55 29 / 49 / 68 / 48