



## ENTREPRISES



LES **DÉCIDEURS** PAR Carole Bellemare

www.lefigaro.fr/decideurs



## Geoffroy Martin, l'ex-CEO d'Art.com, rallie le groupe français Criteo à Paris

C'est l'histoire d'un Français qui après avoir travaillé essentiellement aux États-Unis, a choisi de se réinstaller en France. À

48 ans, Geoffroy Martin, entiché à la fois d'e-commerce et de l'American way of life, et qui après avoir été de 2010 à 2015 le patron du n°1 mondial de la décoration murale Art.com, conseillait à San Francisco les entreprises françaises et américaines dans leurs stratégies d'innovation et de croissance, rallie le groupe français Criteo à Paris. Il devient président exécutif et directeur général de sa nouvelle division Retail Media. La suite pour la plateforme publicitaire pour l'Internet ouvert cotée au Nasdaq des rachats de HookLogic en 2016 et de Storetail en 2018.

### Ex-licorne cotée au Nasdaq

La nouvelle structure qui fédère l'ensemble et que Geoffroy Martin prend en main totalise plus de 300 collaborateurs dans le monde. Elle a pour vocation de proposer aux distributeurs et aux marques de nouveaux relais de croissance en ligne, ainsi qu'une alternative de monétisation « qui leur donne à la fois la maîtrise de leurs données et offre à leurs consommateurs une expérience optimisée ». Pour Jean-Baptiste Rudelle, le cofondateur

de Criteo revenu aux commandes de l'ex-licorne engluée dans une difficile transformation de son modèle, « l'arrivée de Geoffroy Martin est un signal fort de notre ambition afin d'innover sans cesse, de renforcer l'autonomie et développer le potentiel des e-commerçants et des marques dans un internet ouvert ».

Quand il dirigeait Art.com, le centralien formé à l'École polytechnique de Turin, avait été l'un des premiers clients du champion du reciblage publicitaire, introduit en grande pompe au Nasdaq en 2013. Il avait pu « apprécier concrètement la valeur que ses solutions innovantes apportent à ses clients ». Père de trois enfants, l'amateur d'art, de montagne et de bons vins se dit « enthousiaste à l'idée de développer cette division au bénéfice des distributeurs et des marques, tout en contribuant à la réussite de Criteo, fleuron de la French Tech ». Allure sportive et style décontracté, celui qui fut l'un des rares Français à diriger une entreprise américaine est prêt à partir à l'offensive. « Alors que les e-commerçants s'efforcent de créer de l'engagement avec les consommateurs à chaque étape du parcours d'achat, Criteo Retail Media constitue une opportunité stratégique pour leur business model et une nouvelle source de revenus, sans concession sur la maîtrise de leurs données », insiste-t-il. **C. B.**