



Criteo annonce l'implémentation des solutions de mesure numérique de Nielsen

Ce nouveau partenariat permettra aux spécialistes du marketing de comprendre les avantages de leurs campagnes de performance sur leur marque et de mesurer les caractéristiques démographiques des consommateurs qu'elles touchent.

Paris - 22 avril 2020 - [Criteo](#) S.A. (NASDAQ : CRTO) entreprise mondiale de technologie fournissant aux spécialistes du marketing du monde entier des publicités fiables et pertinentes, annonce aujourd'hui la planification de l'implémentation de Digital Ad Ratings (DAR) de Nielsen. Cette collaboration aura pour vocation d'intégrer certaines offres de Nielsen au sein des solutions Criteo, notamment [Digital Ad Ratings](#), le standard de l'industrie pour la mesure des publicités numériques, et [Digital Brand Effect](#), qui aide les annonceurs à mieux mesurer et optimiser leur « brand lift ».

Associer la puissance du [Shopper Graph](#) et du [AI Engine](#) de Criteo avec la mesure des audiences démographiques de Nielsen permettra aux annonceurs d'affiner leur cible consommateurs en fonction de paramètres spécifiques, tels que l'âge ou le sexe.

Digital Ad Ratings (DAR) fournit une vue à J+1 complète et dédoublée de l'audience d'une publicité sur les ordinateurs, les mobiles et les terminaux connectés, comparable à celle de Nielsen TV Ratings. Alors que Criteo poursuit son évolution vers une plate-forme publicitaire complète et aligne sa technologie sur un plus large éventail d'objectifs et de perspectives marketing, y compris la télévision connectée, et DAR apportera plus de transparence, de flexibilité et de performance aux annonceurs.

Criteo a bâti sa réputation sur son moteur de publicité à réponse directe inégalé. Alors que les annonceurs recherchent plus de transparence et de mesure des résultats, capacités de mesure telles que le Digital Brand Effect de Nielsen permet aux clients de Criteo de comprendre les bénéfices additionnels pour leur marque émanant de leurs campagnes de performance.

« Nous sommes ravis de travailler avec un leader mondial comme Nielsen pour diversifier nos solutions marketing », a déclaré Megan Clarken, CEO de Criteo. « Ayant travaillé chez Nielsen avant de rejoindre Criteo, je sais la valeur considérable qu'ils apportent en tant que partenaire de confiance à l'écosystème. Cette collaboration est une nouvelle étape dans notre évolution, ajoutant une valeur supplémentaire aux 900 milliards de dollars de données transactionnelles observées dans notre Shopper Graph, avec des outils de mesures indépendants de Nielsen Digital Ad Ratings et des informations de Digital Brand Effect. »

Peter Bradbury, Chief Commercial Officer chez Nielsen a ajouté : *« Nous nous sommes engagés à améliorer la responsabilité en matière de publicité numérique en fournissant aux spécialistes du marketing les informations dont ils ont besoin pour trouver les consommateurs qui comptent le plus pour leur marque. Nous sommes ravis de cette collaboration avec Criteo et nous sommes impatients de voir comment les marques et les retailers de leur réseau pourront exploiter nos mesures d'audience ».*



À propos de Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) est une entreprise mondiale de technologie fournissant aux spécialistes du marketing du monde entier des publicités fiables et pertinentes. Les 2 800 membres de l'équipe Criteo collaborent avec plus de 20 000 clients et des milliers d'éditeurs dans le monde entier pour offrir une publicité efficace sur tous les canaux, en appliquant une technologie de machine learning avancée, liée à des ensembles de données inégalés. Criteo donne aux entreprises de toutes tailles la technologie dont elles ont besoin pour mieux connaître et servir leurs clients. Pour plus d'information, rendez-vous sur www.criteo.com.

A propos de Nielsen

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) est une société internationale de mesure & analyse des données qui fournit une vision complète des consommateurs et marchés à travers le monde. Notre approche combine données propriétaires Nielsen et autres sources de données afin d'aider les clients à comprendre les événements en cours et à venir, et à tirer partie de ces connaissances. Depuis plus de 90 ans, Nielsen fournit des données et analyses bâties sur la rigueur scientifique et l'innovation, et développe en permanence de nouvelles méthodes pour répondre aux problématiques des médias, de la publicité, de la distribution et des industries des produits de grande consommation. Nielsen, société du S&P 500, opère dans plus de 100 pays à travers le globe, représentant plus de 90% de la population mondiale. Pour davantage d'informations, merci de consulter www.nielsen.com.

Forward-Looking Statements Disclosure

This press release contains forward-looking statements, including statements regarding additional products and features that may be made available in the future, 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 respond to changes in technology, uncertainty regarding our ability to access a consistent supply of internet display advertising inventory and expand access to such inventory, investments in new business opportunities and the timing of these investments, whether the projected benefits of acquisitions materialize as expected, uncertainty regarding international growth and expansion, the impact of competition, 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, failure to enhance our brand cost-effectively, recent growth rates not being indicative of future growth, our ability to manage growth, potential fluctuations in operating results, our ability to grow our base of clients, and the financial impact of maximizing Revenue ex-TAC, as well as risks related to future opportunities and plans, including the uncertainty of expected future financial performance and results 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 filed with the SEC on March 2, 2020, as well as future filings and reports by the Company. Except as required by law, the Company undertakes no duty or obligation to update any forward-looking statements contained in this release as a result of new information, future events, changes in expectations or otherwise.

Service de presse Criteo

Aline Dubucq : a.dubucq@criteo.com / 06 37 98 20 29

Agence PPR - team.criteo@pprww.com

- Tania Gay - 06 73 19 43 21
- Sébastien Martin - 07 69 38 99 89

Service de presse Nielsen

Sarah Muratore, Sr. Manager, Global Communications, sarah.muratore@nielsen.com