



Criteo lance sa plateforme Retail Media en libre-service en Europe

- Cette nouvelle plateforme permet aux annonceurs d'investir dans de **nouveaux espaces publicitaires**, sur les principaux sites marchands des distributeurs ;
- Les distributeurs peuvent utiliser cette plateforme pour **monétiser le trafic de leur site**, tout en proposant une expérience d'achat optimisée et personnalisée ;
- Selon une étude, **84 % des spécialistes du marketing déclarent que leur entreprise investirait davantage dans le Retail Media** s'il existait une seule et unique plateforme offrant un accès standardisé à plusieurs distributeurs.

Paris, le 14 octobre 2020 - [Criteo](#) (NASDAQ : CRTO), entreprise mondiale de technologie fournissant aux spécialistes du marketing du monde entier des publicités fiables et pertinentes, lance aujourd'hui sa plateforme Retail Media en libre-service en Europe.

Alors que les consommateurs se tournent davantage vers le e-commerce, le Retail Media est devenu clé, non seulement pour aider les distributeurs à maintenir leurs marges mais également pour aider les marques à attirer de nouveaux acheteurs sur leurs points de vente. Désormais disponible en Europe et conçue pour accélérer le développement du Retail Media, cette nouvelle plateforme offre aux distributeurs une interface unique pour développer leurs activités et permet aux marques et aux agences d'investir dans de nouveaux espaces publicitaires, directement chez les distributeurs, en utilisant des workflows et des mesures standardisés.

« *Le Retail Media offre aux retailers de nouveaux revenus dans un environnement de plus en plus concurrentiel. Nous estimons que le marché total adressable pour le Retail Media se situe entre 15 et 25 milliards de dollars dans le monde* », commente **Geoffroy Martin, General Manager, Growth Portfolio chez Criteo**. « *Pour les marques, le Retail Media permet d'atteindre de grandes audiences, sans avoir recours à des cookies tiers et en liant directement les dépenses publicitaires aux résultats des ventes. Par ailleurs, à l'ère du numérique, les marques sont davantage exposées aux problèmes de sécurité. Le Retail Media offre un lieu sûr et pertinent pour les investissements publicitaires en ligne* », conclut Geoffroy Martin.

La plateforme Criteo Retail Media répond ainsi à l'évolution du marché européen. En effet, selon la nouvelle étude menée par Forrester Consulting : "Marques de produits de consommation : il est temps de prendre le contrôle de votre destin dans le Retail Media », les marques souhaiteraient investir massivement dans ces activités. Alors que la croissance des ventes en ligne se poursuit, 71 % des annonceurs européens considèrent le Retail Media essentiel puisqu'il permet de l'évolution du comportement d'achat des consommateurs, du commerce physique au commerce en ligne.

L'évolution et la croissance du Retail Media devraient ainsi se poursuivre : les retailers et les marques auront dorénavant accès à de meilleurs outils pour gérer les investissements dans le retail. Comme le souligne l'étude de Forrester Consulting, 90% des marques investiraient davantage dans le retail media si les plateformes publicitaires des retailers permettaient une meilleure mesurabilité, un meilleur contrôle et une plus grande transparence.



En regroupant les formats de produits sponsorisés et de publicité sur une seule et unique interface, et en permettant à la fois un ciblage précis de l'audience et un contrôle optimisé des stocks, la nouvelle plateforme de Criteo offre aux marques, aux agences et aux distributeurs la transparence et le contrôle nécessaires pour faire évoluer leurs activités dans le Retail Media.

« *Pour les marques, le Retail Media a joué un rôle crucial dans la croissance du e-commerce au cours des dix-huit derniers mois. Alors que la crise sanitaire a accéléré l'adoption et l'accélération du numérique, il est temps pour les marques de se pencher sur l'adoption croissante du Retail Media* », déclare **Stuart Johnston, Omnichannel Commerce Director chez Publicis**. « *La nouvelle plateforme Retail Media de Criteo est extrêmement avantageuse car elle réduit les silos existants dans l'industrie, permettant aux marques de cibler les consommateurs sur la base d'informations comportementales riches et proches du point de conversion. L'avantage évident de cette puissante plateforme et de ses capacités de placement est que nous pouvons accroître l'efficacité des budgets publicitaires dans l'environnement de la vente au détail, où les consommateurs sont très impliqués. Concrètement, cette plateforme nous permet d'accroître l'efficacité des budgets publicitaires dans l'industrie du retail, où les consommateurs sont très sollicités* ».

Depuis 2016, Criteo est le moteur des programmes Retail Media des principaux retailers, marques et agences, comme Leclerc, MyToys et Under Armour. Cette plateforme a déjà été déployée aux Etats-Unis et au Canada en mai 2020. Ce lancement démontre la vision de Criteo pour ses activités full-funnel et la poursuite de la diversification de son portefeuille de produits.

####

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 2 700 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.

Contacts 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