



Criteo et Google annoncent une intégration Retail Media Onsite

Les annonceurs peuvent désormais étendre leurs campagnes sur l'inventaire retail media premium de Criteo via Google Search Ads 360, pour stimuler la demande des retailers et générer une croissance mesurable.

Paris, France (le 10 septembre 2025) - [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), la plateforme mondiale qui connecte l'ensemble de l'écosystème Commerce, annonce aujourd'hui une nouvelle intégration avec Google pour le retail media onsite. En devenant le premier partenaire retail media onsite de Google, Criteo franchit une étape majeure dans le développement des opportunités offertes aux marques dans l'écosystème du commerce digital. ».

L'intégration sera, dans un premier temps, proposée en version bêta limitée pour une sélection de clients en Amérique via Google Search Ads 360. Elle sera ensuite progressivement étendue à l'échelle mondiale et à d'autres outils de la plateforme [Google Marketing](#).

Au cours de cette première phase du partenariat, plus de 200 retailers du réseau mondial de Criteo pourront choisir de recevoir la demande issue de Google Search Ads 360, permettant ainsi aux marques internationales, tous secteurs confondus, de se connecter à ces retailers. Pour les annonceurs, cette intégration offre une combinaison puissante entre portée, efficacité et transparence, avec la flexibilité de créer, d'activer et d'optimiser leurs campagnes sur l'ensemble du réseau de retailers de Criteo depuis Search Ads 360. Ensemble, Criteo et Google souhaitent offrir aux retailers une mesure unifiée, tout en apportant aux marques une plus grande visibilité sur l'impact incrémental de leurs campagnes - leur permettant d'allouer leurs budgets plus intelligemment, d'améliorer leurs performances et de prendre des décisions d'investissement plus éclairées.

« Nous avons pour ambition de construire un écosystème commerce media sans coutures et harmonieux. », explique **Bill Reardon, General Manager, Enterprise Platform chez Google**. « Grâce au vaste réseau de retailers partenaires de Criteo, nous permettons aux annonceurs de toucher les consommateurs à un moment clé de leur parcours d'achat : directement sur les sites marchands, via des publicités sponsored product. Combiné à notre gamme actuelle de solutions offsite, telles que Performance Max et Shopping Ads, notre objectif est d'offrir aux annonceurs et aux agences une vision plus complète de la performance de leurs campagnes, leur permettant ainsi de prendre de meilleures décisions et d'activer des campagnes plus efficaces. »

D'après les prévisions du secteur, le marché du retail media devrait atteindre 204 milliards de dollars d'ici 2027*. Pourtant, les investissements restent encore concentrés entre

quelques acteurs majeurs. Cette intégration contribue à rééquilibrer le marché en permettant à un ensemble plus diversifié de retailers d'attirer des budgets publicitaires, et aux marques la confiance nécessaire pour investir dans un écosystème plus diversifié. Elle ouvre ainsi l'accès à de nouveaux investissements publicitaires et fournit une preuve tangible de l'impact incrémental généré.

« Nous sommes heureux de compter Google parmi nos plus grands partenaires retail media, apportant aux retailers de la plateforme Criteo la possibilité de créer des campagnes de marque à grande échelle », déclare **Sherry Smith, President of Retail Media chez Criteo**. « En connectant plus de marques à notre réseau mondial et en renforçant les investissements de nos partenaires existants, nous permettons aux retailers de développer leur offre media et de maximiser la valeur de leur inventaire publicitaire, tout en offrant aux annonceurs l'opportunité de toucher des consommateurs à forte intention d'achat. »

Les annonceurs intéressés par la version bêta peuvent contacter leur équipe Google dédiée pour vérifier leur éligibilité. Pour en savoir plus sur l'offre retail media de Criteo, [cliquez ici](#).

*(204 milliards de dollars d'ici 2027 - source : Activate, eMarketer, GroupM, Madison & Wall)

À propos de Criteo

Criteo (NASDAQ : CRTO) est la plateforme mondiale qui connecte l'écosystème du commerce pour les marques, agences, enseignes et éditeurs. Sa plateforme publicitaire, propulsée par l'IA, bénéficie d'un accès unique à plus de 1 000 milliards de dollars de ventes commerciales annuelles - favorisant les connexions avec les consommateurs, stimulant la découverte et offrant des expériences hautement personnalisées. Grâce à des milliers de clients et de partenariats couvrant le retail mondial et le commerce digital, Criteo fournit la technologie, les outils et les insights data dont les entreprises ont besoin pour stimuler leur performance et leur croissance. Pour en savoir plus, rendez-vous sur criteo.com.

Contacts presse :

criteofr@edelman.com

Louna BALANCHE : +33 6 11 48 51 11

Albane POTTIER : +33 6 89 11 54 45

Forward Looking Statements Disclosure

This press release contains forward-looking statements, including our expectations regarding our market opportunity and future growth prospects 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 innovate and 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 or strategic transactions materialize as expected,

uncertainty regarding international operations and expansion, including related to changes in a specific country's or region's political or economic conditions (such as changes in or new tariffs), the impact of competition or client in-housing, 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, the impact of consumer resistance to the collection and sharing of data, our ability to access data through third parties, failure to enhance our brand cost-effectively, recent growth rates not being indicative of future growth, client flexibility to increase or decrease spend, our ability to manage growth, potential fluctuations in operating results, our ability to grow our base of clients, and the financial impact of maximizing Contribution 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 February 28, 2025, and in subsequent Quarterly Reports on Form 10-Q as well as future filings and reports by the Company. Importantly, at this time, macro-economic conditions including inflation and fluctuating interest rates in the U.S. have impacted and may continue to impact Criteo's business, financial condition, cash flow and results of operations.

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.