



## **La nuova soluzione Criteo Direct Bidder garantisce agli editori un incremento compreso tra il 20 e il 40% delle entrate provenienti dagli investimenti in Ad Criteo**

*L'innovativa soluzione Criteo Header Bidding consente di massimizzare le entrate; oggi gli editori possono ottenere il massimo valore dai loro inventory e gli inserzionisti beneficeranno di performance superiori*

Milano, 23 maggio 2017 – [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), azienda tecnologica specializzata in performance marketing, ha presentato **Criteo Direct Bidder**, una nuova soluzione header bidding che collega direttamente l'inventory alla richiesta di oltre 15.000 clienti di Criteo a livello globale. Questa soluzione assicura agli editori di ottenere il massimo valore dalle impression acquistate da Criteo, mentre Criteo continua a garantire vendite profittevoli agli inserzionisti. Criteo ha già migrato oltre 250 dei suoi maggiori editori Criteo Direct Bidder come parte del programma di adozione iniziale.

Le soluzioni di Header Bidding, inizialmente concepite per semplificare il bidding per l'inventory degli inserzionisti, non presentano ancora uno scenario vincente per gli inserzionisti e gli editori. Criteo Direct Bidder collega direttamente l'inventory degli editori alla richiesta di Criteo in un ecosistema che funziona come un ciclo virtuoso di opportunità per tutte le parti. Gli editori non solo ottengono maggiori ricavi, ma beneficiano anche di una maggiore trasparenza, della risoluzione di problemi di latenza, dell'eliminazione dei compensi di terzi e di una integrazione flessibile. Il ciclo virtuoso si estende ai clienti di adv di Criteo come accesso esteso all'efficienza degli inventory e degli acquisti media consentendo loro di realizzare performance e ROI più elevate dalle campagne.

"Criteo è stato pioniere nell'header bidding e sta rilasciando un prodotto che aumenta ulteriormente il valore sia per gli editori che per gli inserzionisti", ha dichiarato Alberto Torre, Managing Director di Criteo Italia. "Migrando verso questa nuova soluzione, ci aspettiamo che i nostri clienti realizzino campagne più performanti grazie alle efficienze della soluzione di media buying e siamo lieti che i publisher ottengano in media un fatturato superiore del 20-40% per gli annunci pubblicitari di Criteo, un grande valore anche per gli inserzionisti. Criteo Direct Bidder è una soluzione vincente per i nostri publisher, i nostri clienti e per noi".

"Apprezziamo che Criteo, una delle prime aziende a utilizzare la tecnologia header, continui a evolvere per soddisfare le migliori pratiche del settore in termini di header bidding", ha dichiarato Stephanie Layser, Direttore, Advertising Technology di NewsCorp. "Grazie a questo continuo sviluppo gli editori possono avere più controllo sui propri tech stack, aumentando la concorrenza tra le fonti di richiesta e ottimizzando i risultati in maniera efficace".

"Il nostro obiettivo è di creare un'asta unificata per tutta la domanda e l'header bidding ci aiuta a realizzarlo", ha affermato Paul de la Nougerede, Commercial Product Director di Telegraph. "Crediamo

che questo approccio possa fornire soluzioni migliori ai nostri partner e siamo lieti che Criteo condivida questa prospettiva”.

Con Criteo Direct Bidder, gli editori hanno una soluzione efficace e senza soluzione di continuità per massimizzare la monetizzazione di tutti i loro display e inventory nativi in tutti i formati (desktop, mobile) senza incrementare i CPM medi di Criteo o i costi totali di acquisizione. Di conseguenza, gli inserzionisti di Criteo hanno accesso agli inventory di qualità più elevata su tutte le piattaforme e i formati per assicurare la migliore performance possibile. Criteo è focalizzata nel guidare la leadership nel performance marketing con un ecosistema che collega la domanda e l'offerta a beneficio di tutte le parti.

“L’header bidding è ormai pienamente utilizzato negli Stati Uniti e nell'Europa occidentale e quest'anno si prevede una crescita del 100% per l’intero segmento”, ha dichiarato Karsten Weide, Program Vice President, Media & Entertainment di IDC. “Mentre i publisher cercano di bilanciare le prestazioni delle pagine con l’header bidding, devono essere molto selettivi nel determinare quali offerenti includere nel proprio header. Gli editori sceglieranno i partner che dimostreranno di poter offrire trasparenza, una domanda definita, efficienza tecnica e migliori CPM”.

Criteo Direct Bidder offre agli editori i seguenti vantaggi:

- **Aumento delle entrate per Display e Native.** Consente agli editori di eliminare i compensi di terze parti e di mantenere il pieno valore degli annunci display standard e native che Criteo acquista direttamente.
- **Velocità e scalabilità.** Si collega alla piattaforma programmatica di Criteo, fornendo risposte veloci a più di 150 miliardi di richieste giornaliere.
- **Monetizzazione degli utenti Ad Blocked.** Monetizza in maniera efficiente le impression ad-blocked degli editori. Secondo [eMarketer](#), il 27,5% degli utenti internet negli Stati Uniti utilizzerà sistemi di ad-blocking nel 2017.
- **Configurazione flessibile per il massimo rendimento.** Semplifica la configurazione del server di annunci degli editori per aumentare i benefici del network di oltre 15.000 inserzionisti di Criteo a livello globale.
- **Corrispondenza utente in real time.** Collega direttamente i cookie degli utenti, inclusi quelli dei browser Safari, garantendo una spesa media superiore del 20% da Criteo.
- **Integrazione continua e flessibile.** Offre l'opzione di accedere alla domanda unica di Criteo attraverso un metodo di integrazione standalone, un Index esistente o un wrapper di header bidding Prebid.

Per saperne di più su Criteo Direct Bidder, visita <http://www.criteo.com/products/criteo-direct-bidder/>

###

#### **A proposito di Criteo**

Criteo realizza campagne personalizzate di performance marketing su scala globale. La società misura il ritorno sulle vendite post-click, rendendo così il ROI trasparente e semplice da calcolare. Criteo impiega oltre 2.500

dipendenti in più di 30 uffici in America, Europa e Asia Orientale e fornisce i suoi servizi a oltre 15.000 inserzionisti in tutto il mondo collaborando direttamente con migliaia di editori.

Per ulteriori informazioni, visitare i siti [www.criteo.com](http://www.criteo.com) – [www.criteo.com/it](http://www.criteo.com/it)

**Contatti per la stampa**

Raffaella Gerli – Ottavia Callegari

ROCK communications

Tel. 02 36693300 – 335 6417845

[raffaella.gerli@rock-communications.it](mailto:raffaella.gerli@rock-communications.it);

[ottavia.callegari@rock-communications.it](mailto:ottavia.callegari@rock-communications.it)