

크리테오, 2016 년 1 분기 실적 발표

- '16 년 1 분기 매출액 전년 동기 대비 36% 증가한 4 억 100 만 유로로 10 분기 연속 성장세 기록
- 기존 고객사 90% 이상 유지하며, 1 분기에만 760 여개의 신규 고객사 영입에 성공

[2016 년 5 월 11 일] - 퍼포먼스 광고 기술 회사 크리테오(나스닥: CRTO)가 지난 3 월 31 일 마무리 된 2016 년 1 분기 실적을 발표했다.

- 2016 년도 1 분기 매출은 전년 동기(2 억 6,200 만 유로)와 비교해 36%(고정환율 적용 시 39%) 증가한 4 억 100 만 유로를 기록했다.
- 1 분기 TAC(Traffic Acquisition Cost)를 제외한 순매출액은 1 억 6,200 만 유로로, 전년 동기 (1 억 500 만 유로) 대비 37%(고정환율 적용 시 41%) 증가했다.
- 2016 년 1 분기 순이익은 1,900 만 유로를 기록했다(전년 동기는 1,200 만 유로).
- 2016 년 1 분기 조정된 EBITDA 은 2015 년 1 분기(2,800 만 유로) 대비 54%(고정환율 적용 시 56%) 증가한 4,900 만 유로를 기록했다. EBITDA 는 법인세•이자•감가상각비 차감 전 영업이익을 말한다.
- 희석주당 조정 순이익은 0.43 달러이다.

크리테오의 CEO 에릭 아이크만 (Eric Eichmann)은 "크리테오는 혁신과 기술을 통해 광고를 객관적인 성과 지표로 분석하는 것을 가능하게 하고 있다"라며, "크리테오는 2016 년도 역시 성공적으로 출발한 만큼 향후에도 흥미로운 신제품들을 통해 성장을 더욱 가속화할 것이다."라고 말했으며, 크리테오의 CFO 인 베누아 프이랜드(Benoit Fouilland)는 "크리테오는 차별화된 비즈니스 모델에 힘입어 빠른 성장과 수익성 향상을 동시에 달성할 수 있었다."라고 말했다.

주요 영업 내용

- 2016 년 1 분기 동안 크리테오 비즈니스의 50% 이상이 모바일 광고 솔루션을 통해 발생
- 크리테오는 2015 년 1 분기 크리테오 광고를 집행했던 기존 고객사들의 광고 집행을 증가를 통해 2016 년 1 분기 고정환율 기준으로 전년 동기 대비 21% 이상의 매출 증가를 달성. 기존 고객 기반으로 매출 확대를 이끌어낼 수 있는 크리테오의 기술력과 서비스 품질을 입증
- 크리테오는 이번 1 분기에 760 개가 넘는 고객사를 추가로 확보했는데, 이는 크리테오 역사상 두 번째로 높은 분기별 신규 고객사 영입 수임. 또한 90% 이상의 고객사 유지율을 기록
- 크리테오의 1 분기 TAC 제외 순매출의 41% 가량이 크리테오의 '유니버설 매치(Universal Match)' 솔루션을 사용한 고객들로부터 발생, 해당 솔루션의 적용이 점차 확대되고 있음을 증명
- 2016 년 1 분기 동안 많은 신규 광고주들이 페이스북의 다이내믹 프로덕트 광고(Dynamic Product Ads)와 결합한 크리테오 광고 솔루션을 집행. 현재 5,000 곳에 가까운 광고주들이 모바일 및 데스크톱 상에서 DPA 를 진행하고 있음

크리테오(Criteo)에 대하여



크리테오는 개인 맞춤형 퍼포먼스 광고 업계를 선도하는 글로벌 기업으로, 클릭당 비용을 결제하는 CPC 과금 방식을 기반으로 투명하고 간편한 ROI 측정 방식을 제공한다. 현재 미국, 유럽, 아시아 지역에 걸쳐 31 개 사무실에서 약 2,000 여명의 임직원이 전 세계 16,000 여 주요 매체사들과 제휴를 통해 11,000 여 이상의 글로벌 광고주에게 서비스를 제공하며 11 억 인터넷 사용자들에게 도달하고 있다. 더 많은 정보는 www.criteo.com/kr 에서 확인 가능하다.

※문의: 곽소영 차장, PressKR@criteo.com