

보도자료

커머스 미디어 기업 크리테오(CRITEO), 미국 미디어 등급위원회 (MRC) 인증 최초 획득

데스크톱, 모바일 웹, 모바일 인앱 환경에서의 노출 및 클릭 지표에 대한 인증 획득... 신뢰할 수 있는 측정 역량을 입증하는 중요한 성과
크리테오, 수년간 광고주들이 쇼핑 여정 전반에 걸쳐 소비자들과 연결될 수 있도록 커머스 미디어 전략 구축

2024년 4월 1일 - 커머스 미디어 기업인 크리테오는 자사의 엔터프라이즈 기업용 리테일 미디어 플랫폼인 커머스 맥스(Commerce Max)와 커머스 일드(Commerce Yield)가 최초로 미국 미디어 등급 위원회(Media Rating Council, 이하 MRC)의 인증을 획득했다고 발표했다. 이번 MRC 인증은 크리테오의 노출 및 클릭 측정 지표가 유효하고 신뢰할 수 있어 광고주들에게 더욱 높은 투명성을 제공하는 것은 물론 마케터들이 크리테오 플랫폼을 기반으로 한 커머스 성과를 신뢰할 수 있다는 것을 의미한다.

크리테오가 받은 이번 인증은 커머스 맥스 및 커머스 일드 내 온사이트 스폰서 제품광고 및 온사이트 디스플레이 광고의 데스크톱, 모바일 웹, 인앱 환경에서의 노출 및 클릭 측정에 대한 인증이다. 인증에는 크리테오의 온사이트 스폰서 제품 및 온사이트 디스플레이 광고에 대한 GIVT(노출 전달도 및 무효 트래픽) 감지 기능에 대한 검토가 포함되어 이를 통해 광고주와 대행사는 특정 유효하지 않은 소스에 플래그를 지정할 수 있다.

MRC는 1960년대 설립된 비영리단체로 시청률, 인터넷, 모바일 등의 데이터 수집방법과 방법론을 검증하며 구글, 페이스북 등 우수 글로벌 대기업도 MRC의 인증을 받고 있다. 크리테오는 MRC 인증을 획득하기 위해 MRC가 고용한 독립 공인회계법인을 통해 크리테오의 시스템과 프로세스에 대한 종합적인 감사를 완료했으며, MRC 회원사 대표들로 구성된 감사위원회의 심사를 거쳐 크리테오의 플랫폼이 MRC의 엄격한 기준을 충족하는지 검토했다. MRC의 평가는 크리테오의 신뢰할 수 있는 고급 측정 기능을 뒷받침하는 중요한 성과이다.

크리테오는 지난 몇 년 동안 광고주들이 쇼핑 여정 전반에 걸쳐 소비자들과 연결될 수 있도록 커머스 미디어 전략을 구축해 왔다. 글로벌 미디어 전문회사 그룹엠(GroupM)에 따르면, 리테일 미디어는 광고 분야에서 가장 빠르게 성장하는 분야이며, 2026년까지 전 세계 광고 지출 규모가 1,500억 달러가 넘을 것으로 예상된다.

조지 아이비(George W. Ivie) MRC의 전무이사 겸 CEO는 "급성장하는 리테일 미디어 분야에서 유통사와 브랜드 광고주, 에이전시는 크리테오와 같이 MRC 인증을 받은 측정 솔루션을 통해 신뢰할 수 있는 결과를 측정하고 소비자들과 연결될 수 있는 미디어 전략을 구축할 수 있다"라며 "기업의 투명성과 업계 리더십에 대한 의지를 보여주는 중요한 이정표인 MRC 인증을 획득한 크리테오에 찬사를 보낸다"라고 말했다.

브라이언 글리슨(Brian Gleason) 크리테오의 최고 매출 책임자는 "이번 MRC 인증은 리테일 미디어의 성숙도에 있어 중요한 진전이며, 크리테오는 이 성과를 매우 자랑스럽게 생각한다"라며 "업계 최고 수준의 인증을 통해 크리테오는 고객들이 리테일 미디어 전략을 발전시킬 수 있도록 최고의 품질로 정확한 측정을 제공할 수 있는 역량을 더욱 강화할 수 있게 되었다"고 강조했다.

보다 자세한 사항은 크리테오 홈페이지에서 확인 가능하다.

###

크리테오에 대하여

크리테오는 마케터와 미디어 소유주들이 더 나은 커머스 성과를 달성할 수 있도록 지원하는 글로벌 커머스 미디어 기업입니다. 업계를 선도하는 크리테오의 커머스 미디어 플랫폼은 수천 명의 마케터와 미디어 소유주들을 연결하여 상품 검색부터 구매에 이르기까지 보다 풍부한 소비자 경험을 제공합니다. 크리테오는 신뢰할 수 있고 영향력 있는 광고를 지원함으로써, 발견과 혁신, 선택을 장려하는 개방형 인터넷을 지원합니다. 자세한 정보는 www.criteo.com/kr 에서 확인할 수 있습니다.

미래 예측 진술 공지

이 보도자료에는 시장 기회와 미래 성장 전망에 대한 우리의 기대와, 역사적 사실이 아니며 실제 결과에 실질적으로 차이를 초래할 수 있는 위험과 불확실성을 포함하는 기타 진술을 포함한 미래 예측 진술이 포함되어 있습니다. 이러한 차이를 유발하거나 이에 기여할 수 있는 요인에는 당사 기술과 관련된 실패, 기술 변화에 대응하고 혁신하는 능력, 인터넷 디스플레이 광고 인벤토리의 지속적인 공급에 접근하고 확장하는 능력에 대한 불확실성이 포함되지만 이에 국한되지는 않습니다. 구글이 발표한 크롬 브라우저의 개선 및 변경 제안 시기와 범위에 대한 불확실성, 새로운 비즈니스 기회에 대한 투자, 이러한 투자 시기, 인수로 예상되는 이점이 예상대로 실현되는지 여부



등을 포함하되 이에 국한되지 않는 해당 인벤토리에 대한 액세스 국제적인 성장 및 확장에 관한 불확실성(특정 국가 또는 지역의 정치적 또는 경제적 조건의 변화와 관련된 것 포함), 경쟁의 영향, 데이터 개인정보 보호 문제에 관한 입법, 규제 또는 자율 규제 개발에 관한 불확실성 및 기타 참가자의 노력이 미치는 영향 업계에서 이를 준수해야 하는 상황, 데이터 수집 및 공유에 대한 소비자 저항의 영향, 제3자를 통해 데이터에 액세스할 수 있는 능력, 비용 효율적으로 브랜드를 강화하지 못함, 미래 성장을 나타내지 않는 최근 성장률, 당사의 능력 성장, 운영 결과의 잠재적 변동, 고객 기반 확장 능력, TAC를 통한 기여 극대화에 따른 재정적 영향, 예상되는 미래 재무 성과의 불확실성을 포함하여 미래 기회 및 계획과 관련된 위험을 관리합니다. 중요한 것은 현재 미국의 인플레이션과 금리 상승을 포함한 거시 경제 상황이 크리테오의 비즈니스, 재무 상태, 현금 흐름 및 운영 결과에 영향을 미쳤다는 점입니다.

법에서 요구하는 경우를 제외하고, 크리테오는 새로운 정보, 미래 사건, 기대치의 변화 또는 기타 이유로 인해 이 보도자료에 포함된 미래예측진술을 업데이트할 의무나 책임이 없습니다.