

보도자료

크리테오, 아마존 출신 에두아르 디니헤르트 CCO로 선임

에두아르 디니헤르트 CCO, 크리테오 리더십 팀 합류...퍼포먼스 미디어 사업부문 글로벌 영업 및 사업 운영 총괄 예정

2025년 10월 31일(금) – 커머스 생태계를 연결하는 글로벌 플랫폼 크리테오(NASDAQ: CRTO)는 에두아르 디니헤르트(Edouard Dinichert)를 최고고객책임자(Chief Customer Officer, CCO)로 선임했다. 에두아르 디니헤르트 CCO는 12월 1일부로 공식 취임해 퍼포먼스 미디어 사업부문의 글로벌 영업과 사업 운영을 총괄할 예정이다.

디니헤르트 CCO는 고객 중심 전략을 기반으로 크리테오의 성장 가속화와 커머스 역량 강화에 주력할 예정이다. 이번 선임은 크리테오가 전 세계적으로 고객 성공과 성과 중심의 혁신을 지속적으로 강화하겠다는 의지를 반영한다.

디니헤르트 CCO는 20년 이상 글로벌 영업 조직을 이끌며 크리에이티브, 데이터, 성과를 유기적으로 연결해 온 전문가다. 그는 트리플리프트(TripleLift)에서 최고매출책임자(CRO)로 재직하며 2024년 7월부터 2025년 1월까지 CEO실을 공동으로 이끈 핵심 경영진으로 활약했다. 재임 당시 리테일 미디어, CTV(커넥티드 TV), 데이터 기반 큐레이션 등 크리에이티브 'SSP(공급측 플랫폼)' 사업 영역을 확장하며 회사의 성장세를 주도했다.

앞서 그는 아마존에서 10년 이상 근무하며 프랑스에서 '아마존 애드버타이징(Amazon Advertising)'을 설립·이끌었고, 이후 아마존 DSP, 아마존 광고 서버(구 Sizmek), 아마존 마케팅 클라우드 도입과 성장을 포함한 글로벌 애드테크 영업·서비스 조직을 구축했다. 또한 AWS 및 다양한 부서와 협업해 CRM, 미디어, 애널리틱스를 연결하는 개인정보 보호 중심의 솔루션을 고도화하고, 에이전시 및 파트너와의 협력을 통해 API 중심의 혁신을 추진하는 등 글로벌 광고 기술 생태계 발전에 기여했다.

디니헤르트 CCO는 “크리테오는 지난 20년간 측정 가능한 성과를 창출하며 광고와 커머스를 연결하는 핵심 플랫폼으로 자리매김했다”며, “글로벌 네트워크와 AI, 데이터 인사이트 기반 혁신을 바탕으로 크리테오는 커머스 여정의 모든 접점을 연결할 수 있는 독보적인 위치를 확보하고 있다. 팀에 합류해 고객과 파트너와 함께 크리테오의 새로운 성장 물결에서 도약할 수 있게 되어 기쁘다”고 말했다.

マイ클 코마신스키(Michael Komasinski) 크리테오 최고경영자(CEO)는 “크리테오가 글로벌 시장에서 퍼포먼스 미디어의 영향력과 범위를 확대하는 데 있어, 에두아르 디니헤르트 CCO의 리더십이 고객 성장 가속화의 핵심 역할을 할 것”이라며, “그는 데이터 기반 조직을 확대하고 커머스 역량을 강화해 온 풍부한 경험과 노하우를 바탕으로 전 세계 고객과 파트너에게 더 큰



가치를 제공할 것으로 기대된다. 또한 디니헤르트 CCO는 프랑스·스위스 이중 국적자로서 다양한 시장과 문화를 이해하고 있어, 크리테오의 글로벌 전략을 반영한다"고 말했다.

###

크리테오에 대하여

크리테오(Criteo, NASDAQ: CRTO)는 브랜드, 리테일러, 에이전시 및 매체사를 위한 글로벌 커머스 미디어 플랫폼으로, 독보적인 커머스 데이터와 인공지능(AI) 기술을 활용하여 쇼핑 여정 전반에서 소비자와 제품을 효과적으로 연결합니다. 크리테오는 연간 1조 달러 이상의 커머스 거래 데이터를 독점적으로 확보하여, 고객에게 개인화된 광고 경험을 제공하고 브랜드의 비즈니스 성과를 극대화합니다. 전 세계 수천 개의 고객사 및 파트너와 협력하여, 커머스 미디어의 복잡성을 간소화하고 비즈니스의 지속 가능한 성장을 지원하는 데 필요한 기술, 솔루션 및 인사이트를 제공합니다. 자세한 정보는 www.criteo.com/kr에서 확인할 수 있습니다.

미래 예측 발언 관련 고지

본 보도자료에는 시장 기회, 향후 성장 전망 등 과거 사실이 아닌 미래 예측 또는 전망과 관련된 진술이 포함되어 있으며, 이러한 진술에는 실제 결과가 달라질 수 있는 위험과 불확실성이 수반됩니다. 실제 결과와 차이를 발생시키거나 기여할 수 있는 요인으로는 다음과 같은 사항이 포함되지만 이에 국한되지 않습니다. 기술 관련 실패 또는 기술 혁신 및 변화 대응 능력, 인터넷 디스플레이 광고 인벤토리 접근 및 확장 불확실성, 신규 사업 기회에 대한 투자 및 투자 시점, 인수 또는 전략적 거래의 예상 효과 실현 여부, 국제 사업 및 확장 관련 불확실성(특정 국가나 지역의 정치·경제 상황 변화, 신규 관세 등 포함), 경쟁 심화 또는 광고주 자체 집행(In-housing) 영향, 데이터 프라이버시 관련 법규, 규제, 자율 규제 변화 및 업계 내 대응 영향, 소비자의 데이터 수집·공유 저항, 제3자를 통한 데이터 접근 가능성, 비용 효율적인 브랜드 강화 실패, 최근 성장률이 향후 성장률을 보장하지 않는 점, 광고주의 지출 증감 가능성, 성장 관리 능력, 영업 실적 변동 가능성, 고객 기반 확대 능력, Contribution ex-TAC 극대화에 따른 재무 영향, 향후 기회 및 계획 관련 불확실성(예상 재무 성과 및 결과 불확실성 포함), 회사가 SEC에 제출한 연례 보고서(Form 10-K, 2025년 2월 28일 제출) 및 분기 보고서(Form 10-Q), 향후 제출되는 보고서 등에 기재된 위험 요인 등이 있습니다. 특히 현재 미국 내 인플레이션과 금리 변동을 포함한 거시경제 상황은 크리테오의 사업, 재무 상태, 현금 흐름 및 영업 실적에 영향을 미쳤으며, 앞으로도 영향을 미칠 수 있습니다.

법률상 요구되는 경우를 제외하고, 회사는 본 보도자료에 포함된 미래 전망 관련 진술을 새로운 정보, 향후 사건, 기대 변화 등에 따라 업데이트할 의무를 지지 않습니다.