



Criteo et HighCo lancent une solution inédite de couponing ciblé et personnalisé, dédiée aux marques de grande consommation.

Paris, le 3 avril 2014 - [Criteo](#), société technologique leader, spécialisée dans la publicité numérique à la performance et [HighCo](#), leader européen du coupon digital dédié aux produits de grande consommation, s'associent pour **offrir une solution de couponing digital unique**. Dans un marché en croissance, avec plus de 3 milliards de coupons édités chaque année en France, cette innovation, via une extension de la technologie de ciblage de Criteo au couponing, représente une nouvelle opportunité pour les marques de grande consommation.

→ Une mécanique simple et efficace

HighCo a développé un outil mettant à disposition de Criteo l'ensemble des offres promotionnelles proposées par les marques à un instant T, sous réserve de l'accord de celles-ci. **Criteo peut ainsi afficher une bannière publicitaire personnalisée de manière dynamique et en temps réel, présentant l'offre de coupons la plus pertinente à un internaute.**

Grâce au moteur de Criteo, les coupons affichés dans les bannières publicitaires sont sélectionnés selon un modèle de recommandation qui analyse un ensemble de variables. Les shoppers impriment par la suite les coupons grâce à la solution de Webcoupon® PIXIBOX® de HighCo. Cette association inédite entre Criteo et HighCo permet de mener des opérations ciblées, puissantes et accessibles à l'ensemble des enseignes et marques de grande consommation françaises.

→ Un partenariat à l'efficacité prouvée

Depuis l'été 2013, les premières campagnes tests menées avec plusieurs groupes majeurs de grande consommation (Unilever, Mondelez, Danone) ont permis de constater l'optimisation de ROI apportée par ce ciblage dynamique et personnalisé de coupons digitaux, notamment dans le cadre de recrutement de nouveaux consommateurs.

En effet la technologie de ciblage personnalisé de Criteo permet d'identifier les prospects chauds visitant les sites de marques, puis de leur afficher une sélection de coupons sur-mesure en fonction de leur profil et de leur surf de navigation sur les sites de marques. « Avec des **coûts d'acquisition de 30 à 70%, inférieurs à nos standards habituels**, grâce à ces test, on découvre que le digital atteint des niveaux de ROI, exclusivement réservés, jusque-là à la promotion in-store », constate Raphaël HODIN, Directeur Général de HighCo Box.

« Cette nouvelle solution déployée pour la première fois en France permet d'entrevoir de nouvelles perspectives en matière de ciblage, et elle répond à un besoin réel de la part des annonceurs qui peuvent désormais bénéficier d'un outil de performance efficace pour une diffusion à grande échelle de leurs offres promotionnelles. » déclare Thomas JEANJEAN, Managing Director France de Criteo.

Avec déjà **plus de 600 millions d'affichages réalisés sur les tests menés depuis 9 mois**, la solution sera déployée au niveau national dès avril 2014.



À propos de HighCo

HighCo propose aux marques et aux retailers des solutions marketing pour influencer le comportement des consommateurs. Présent dans 15 pays, HighCo compte près de 900 collaborateurs. HighCo est coté sur le compartiment C de NYSE Euronext Paris et fait partie du Gaïa Index, sélection de 70 PME-ETI responsables. Pour plus d'information, www.highco.com

À propos de CRITEO

Criteo est une société de technologie mondiale, spécialisée dans la publicité display à la performance, et le partenaire de plus de 5000 sociétés de e-commerce dans le monde. Présente commercialement dans plus de 40 pays, Criteo emploie actuellement plus de 800 personnes réparties dans des bureaux aux États-Unis, en Europe et en Asie. Pour plus d'information, www.criteo.com

Contacts presse:

Alexandra Pelissero
Criteo
Tél : +331 70 56 79 12
A.pelissero@criteo.com

Aimy Guez
HighCo
Tel. : +331 77 75 65 33
a.guez@highco.com