

Criteo adhère à Signal Spam pour sa solution de reciblage publicitaire par email personnalisé

Signal Spam intègre Criteo à son réseau de confiance anti spam

Paris, France – le 29 juin 2015 - [Criteo](#) (NASDAQ:[CRTO](#)), la société technologique spécialiste du Marketing à la Performance, annonce son adhésion à l'association Signal Spam, pour son offre publicitaire Criteo Email. En tant que membre sponsor de l'association, Criteo affirme sa volonté d'optimiser sa nouvelle solution d'emailing personnalisé en luttant efficacement contre les courriels non sollicités. Rejoindre cette référence de l'écosystème permet à Criteo de bénéficier d'outils adaptés et de prendre part à des groupes de réflexion sur les pratiques et la conformité en matière d'emailing. Cette adhésion est également un gage de performance et de qualité pour les annonceurs travaillant au quotidien avec la solution Criteo Email.

Criteo Email permet l'envoi de messages personnalisés en temps réel selon l'historique de navigation des internautes, afin de leur proposer les produits les plus pertinents en fonction de leurs intérêts. Pour sécuriser et améliorer la délivrance de ses messages, en vue de proposer une offre optimale aussi bien pour les annonceurs que pour les internautes, Criteo devient membre de Signal Spam début mai, ainsi que de son Conseil d'administration en tant qu'observateur.

Criteo bénéficiera ainsi de la *feedback loop*, ou Boucle de Rétroaction de Plaintes, outil technique mis à disposition des membres de Signal Spam. Ce dernier permet de gérer les plaintes formulées par les destinataires de campagnes emailing pour prendre en compte leur ressenti, et réguler l'activité marketing en fonction ou effectuer des désabonnements. Criteo va désormais pouvoir optimiser la performance de sa solution publicitaire d'email personnalisé grâce aux retours obtenus via Signal Spam, au bénéfice de ses annonceurs et des internautes.

Signal Spam est une association à but non lucratif, aussi appelée « Centre National de Signalement et d'Analyse du Spam », qui regroupe des acteurs publics (par exemple la CNIL) comme privés (annonceurs, fournisseurs d'accès Internet, routeurs etc.) pour œuvrer ensemble à l'amélioration permanente des systèmes et flux de messagerie. L'association a une mission à la fois légale et technique, avec la mise à disposition pour les adhérents d'outils de lutte contre le spam (tels que la *feedback loop*) et d'une Charte de Déontologie actualisée régulièrement. 4.5 millions de signalements ont été effectués via Signal Spam en 2014, ce qui montre la nécessaire régulation de l'activité emailing et l'importance de Signal Spam.

En plus des outils, être membre de Signal Spam donne à Criteo l'opportunité de se rapprocher de tous les acteurs de l'écosystème dont la mutualisation amène une meilleure connaissance du phénomène. Le partenariat public / privé confère une légitimité à l'association dont chacun des membres adhère à la Charte de Déontologie, qui est tenue à jour selon l'évolution des pratiques au sein de groupes de réflexion. Cette Charte permet d'agir en corrélation avec les actions engagées par les pouvoirs publics et de se conformer aux pratiques en vigueur tant techniques que légales.

Jean-Philippe Baert, Président, *Signal Spam* « Nous sommes ravis que Criteo rejoigne Signal Spam. Cette adhésion représente un partenariat nouveau pour l'association, qui, forte de profils très variés ne comprenait pas encore de sociétés de marketing direct. Mieux prendre en compte les signalements concernant l'ensemble de l'écosystème permet d'enrichir notre connaissance du phénomène du spam et d'améliorer les critères techniques d'expédition et les outils de régulation. Un acteur comme Criteo dont le modèle cherche à toujours mieux prendre en compte le profil individuel de l'internaute, nous permet de bénéficier d'une expertise supplémentaire »

Judicaël Phan, Senior Product Counsel, Global Privacy, Criteo : « Notre récente adhésion à Signal Spam fait partie du processus d'optimisation de notre solution Criteo Email. Pouvoir dialoguer avec les acteurs de l'écosystème de l'emailing, publics comme privés, est une nécessité pour proposer une solution d'email marketing personnalisé optimale. Cela nous permet d'améliorer continuellement nos pratiques et d'avoir une solution conforme aux lois en vigueur ».

Pour plus d'information sur les solutions de publicité numérique à la performance de Criteo, vous pouvez visiter www.criteo.com.

###

À propos de Criteo

Criteo est une société mondiale, leader de la publicité numérique à la performance, avec plus de 7 800 sociétés clientes dans le monde. Criteo est présent dans plus de 70 pays avec plus de 1 500 salariés présents dans des bureaux répartis à travers les États-Unis, l'Europe et l'Asie. Pour plus d'information, rendez-vous sur <http://www.criteo.com>.

###

Contacts presse

Alexandra Pelissero

Criteo

Tél : +331 70 56 79 12

A.pelissero@criteo.com