



**Dal Webrooming allo Shopping da Mobile:
Criteo rivela le previsioni per il settore dell'eCommerce nel 2015**

- *Il report evidenzia uno spostamento verso adv mobile, soluzioni cross device e formati native, che genererà un aumento dei ricavi sulle spese pubblicitarie per i responsabili marketing*

Milano, 27 gennaio 2015 – [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), azienda tecnologica specializzata in performance advertising, ha pubblicato il report eCommerce Industry Outlook 2015, mettendo in evidenza le tendenze che avranno un impatto significativo sul settore nel corso dell'anno. Lo studio offre importanti spunti di riflessione alle aziende inserzioniste, che possono così adattare le proprie strategie di marketing e gli investimenti, allineandoli ai mutevoli comportamenti di acquisto online dei consumatori.

I risultati del report si basano sulle analisi realizzate da Criteo esaminando miliardi di transazioni online. I dati rivelano che:

- Il miglioramento delle capacità cross-device sarà un obiettivo primario dal momento che il 58% dei manager del settore retail e delle agenzie pubblicitarie indica la tecnologia come il più importante dei loro impegni di marketing mobile del 2015¹
- La rapida crescita del native advertising sarà guidata dall'acquisto programmatico
- I venditori con punti vendita fisici saranno fortemente focalizzati sulle strategie online in quanto webrooming e showrooming avranno un impatto sempre maggiore sulle vendite
- I retailer daranno grande importanza al reimpiego delle applicazioni poiché il 42% dei manager del settore retail e delle agenzie di pubblicità indica il coinvolgimento del consumatore come obiettivo primario delle strategie di mobile app²

“Il 2015 sarà un anno dinamico per il settore eCommerce dal momento che il comportamento di acquisto online del consumatore continua ad evolvere rapidamente. La crescita del tempo speso su dispositivi multipli obbliga i responsabili marketing a gestire le complessità legate alla targettizzazione dei consumatori,” afferma Eric Eichmann, Presidente e COO di Criteo. “Gli inserzionisti che avranno la lungimiranza di fare investimenti solidi in soluzioni come l'individuazione del target cross-device e lo sviluppo di siti e applicazioni ottimizzati per il mobile si troveranno nella posizione ideale per soddisfare le richieste dei clienti e generare vendite.”

Il report completo eCommerce Industry Outlook 2015 di Criteo è disponibile sul sito <http://www.criteo.com/resources/criteo-ecommerce-industry-outlook-2015/> e per avere maggiori informazioni su Criteo e la sua tecnologia potete visitare il sito www.criteo.com.

###

¹ Ricerca Criteo e Digiday, Luglio 2014

² Ricerca Criteo e Digiday, Luglio 2014

A proposito di Criteo

Criteo realizza campagne personalizzate di performance advertising su scala globale. La società misura il ritorno sulle vendite post-clic, rendendo così il ROI trasparente e semplice da calcolare. Criteo impiega più di 1.000 dipendenti in 21 uffici in America, Europa e Asia Orientale e fornisce i suoi servizi a oltre 6.000 inserzionisti in tutto il mondo collaborando direttamente con più di 8.000 editori.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito <http://www.criteo.com>.

Contatti per la stampa

Raffaella Gerli - Elena Rigamonti

ROCK communications

Tel. 02 36693300 – 335 6417845

raffaella.gerli@rock-communications.it;

elena.rigamonti@rock-communications.it