



***Criteo met à la disposition des marketeurs digitaux sa technologie prédictive et automatisée pour booster leurs campagnes de Search Marketing sur Google Shopping.***

**Paris, le 9 mars :** Criteo (NASDAQ: CRTO), société technologique, spécialiste du marketing à la performance, annonce le lancement de **Criteo Predictive Search** sur le marché français. Après Criteo Dynamic Retargeting et Criteo Sponsored Products<sup>1</sup>, Criteo élargit son portefeuille de produits innovants et renforce sa plate-forme de marketing à la performance avec Criteo Predictive Search. Criteo apporte sa technologie prédictive à un nouveau canal, permettant aux annonceurs de capitaliser sur le marché du Search Engine Marketing (SEM) afin qu'ils puissent bénéficier de solutions toujours plus efficaces pour toucher leurs consommateurs.

### **Le marché du SEM et les PLA de Google Shopping : une croissance exponentielle**

Le SEM représente actuellement 1,8 milliard d'euros en France, soit autant que l'affichage et la radio réunis<sup>2</sup>. Et la croissance ne va pas s'arrêter là. En effet, plus de 6 retailers français sur 10 déclarent que leurs investissements en SEM sont appelés à augmenter en 2017, et près d'un quart annoncent des hausses supérieures à 25 %<sup>3</sup>.

La raison de ce plébiscite se trouve dans la capacité du SEM à générer un retour sur investissement mesurable. Il est le mieux noté de tous les leviers marketing sur ce critère.

Et dans le secteur du SEM, un outil récent a réussi le tour de force de devenir indispensable aux marketeurs en moins de 2 ans : les **Product Listing Ads (PLA)** qui permettent d'afficher les produits sous forme d'images au milieu de résultats de recherche. Ainsi, l'acheteur en ligne découvre plus directement les produits, leurs caractéristiques et leur prix, et peut donc les comparer plus facilement.



<sup>1</sup> Suite au rachat de Hologig en novembre dernier, le site web est [ici](#)

<sup>2</sup> Source SRI / IREP – Janvier 2017

<sup>3</sup> Source Rapport Forrester – Octobre 2016



Les PLA se distinguent par leur efficacité : aujourd'hui, ils représentent plus de la moitié des investissements publicitaires en search des retailers français, qui dépensent en moyenne 78 600 euros chaque mois sur ce levier<sup>4</sup>. Aujourd'hui, 93 % des e-marchands français ayant recours aux PLA utilisent Google Shopping<sup>5</sup>.

« Jusqu'à ce jour, les approches d'optimisation des campagnes Google Shopping étaient basées uniquement sur l'optimisation manuelle et réactive qui n'est pas capable de générer des performances à l'échelle », **explique Cédric Vandervynckt, Directeur Général France & Europe du Sud chez Criteo.** « Le marketing technologique vient de disrupter le secteur du SEM et le rend encore plus performant, notamment via les PLA de Google Shopping. C'est pour cela que nous lançons Criteo Predictive Search qui met à la disposition des marketeurs digitaux notre technologie prédictive et automatisée pour booster leurs campagnes de Search Marketing sur Google Shopping ».

### Qu'est-ce que Criteo Predictive Search ?

Criteo Predictive Search est une solution basée sur une puissante technologie de machine-learning permettant l'automatisation complète de la gestion des campagnes Google Shopping. En écartant les décisions basées sur les intuitions, elle améliore systématiquement les résultats de Google Shopping, grâce à une optimisation précise de la prédiction et sur tous les aspects de la campagne.

La solution utilise la technologie prédictive dans tous les paramètres disponibles dans Google Shopping pour définir les enchères multidimensionnelles les plus efficaces, en tenant compte de plus de 50 variables différentes représentant les caractéristiques du produit, l'historique des performances, l'intention de l'utilisateur et le comportement des utilisateurs. Criteo Predictive Search peut effectuer automatiquement jusqu'à 3 millions d'enchères par annonce et par annonceur.

« La technologie englobe tous les aspects d'un programme Google Shopping, notamment la création et les mises à jour des campagnes, des enchères prédictives et une gestion optimisée des listes de remarketing », **commente Cyril Gaitte, VP Sales & Account Strategy, SEM EMEA chez Criteo.** « Suite au lancement de Criteo Predictive Search aux Etats-Unis en octobre dernier, la solution a montré de très bons résultats. Les e-commerçants ont vu une augmentation jusqu'à 49% de leurs revenus à un coût constant ».

En France, BrandAlley, pure player dans l'univers de la mode et de la décoration d'intérieur, a participé au bêta-test de la solution depuis juin 2016 et a d'ores et déjà observé une augmentation de 19% de ses ventes sur Google Shopping, de 29% de son ROI et de 9% son panier moyen.

**Sébastien Robles, Directeur marketing et Communication de BrandAlley témoigne :** « Etant donné les objectifs de performance que nous attendons de Google Shopping, Criteo Predictive Search nous permet d'être plus ambitieux ; et sur un levier extrêmement complexe, nous sommes désormais convaincu par l'automatisation ».

Afin d'accompagner les marketeurs à comprendre l'enjeu du SEM et notamment de Google Shopping, Criteo a élaboré le guide « **Google Shopping pour marketeur ambitieux** », permettant de comprendre comment l'automatisation et le machine-learning vont permettre de booster les campagnes Google Shopping.

Vous trouverez plus d'informations sur Criteo Predictive Search **en cliquant ici**.

###

---

<sup>4</sup> Source Engel Research – janvier 2017

<sup>5</sup> Source Engel Research – janvier 2017



À propos de Criteo – [www.criteo.com/fr/](http://www.criteo.com/fr/) - @criteo

Criteo est une société mondiale, leader de la publicité numérique à la performance, avec plus de 14 000 sociétés clientes dans le monde et des relations directes avec des milliers d'éditeurs dans le monde. Criteo est présent dans plus de 90 pays avec plus de 2 500 salariés dans 30 bureaux répartis à travers les Etats-Unis, l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique et l'Asie. Pour plus d'information, rendez-vous sur <http://www.criteo.com/fr>.

## Contacts presse

Aline Dubucq  
**Criteo**  
01 55 90 53 91  
[a.dubucq@criteo.com](mailto:a.dubucq@criteo.com)

Giulia, Audrey, Sabrina et Morad  
**Agence Hotwire PR**  
01 43 12 55 72 / 49 / 74 / 65  
[criteofr@hotwirepr.com](mailto:criteofr@hotwirepr.com)