

ÉTUDE DE CAS

# Comment LSA accompagne Criteo dans le cadre du lancement de sa nouvelle solution Retail Media





## Résumé

Leader mondial du Commerce Marketing, Criteo s'associe à LSA dans le cadre de la promotion de sa nouvelle plateforme Retail Media. Un partenariat basé sur un événement regroupant plus de 2 000 acteurs clés du retail et de la consommation. Cette approche leur a permis de prendre la parole auprès d'une double cible, des retailers et des marques, d'accroître leur visibilité et de renforcer leur positionnement de leader de l'innovation publicitaire.

## Secteur

Marketing service, retail

## Solutions LSA

Évènement

## Criteo et LSA

**Criteo s'associe à LSA pour prendre la parole auprès d'une audience qualifiée et promouvoir sa nouvelle plateforme Retail Media**

## Contexte

Créé en 2005, Criteo est devenu en quelques années seulement un leader mondial du Commerce Marketing et a rejoint le club des "licornes", ces start-up des nouvelles technologies qui valent plus d'un milliard d'euros. La société fournit aux spécialistes du marketing du monde entier des solutions de publicité fiables et pertinentes, en Europe et à l'international. Elle a récemment introduit la plateforme Retail Media, désormais accessible en libre-service, qui offre aux distributeurs une interface unique pour développer leurs activités et permet aux marques d'investir dans de nouveaux espaces publicitaires, directement chez les distributeurs, en utilisant des workflows et des mesures standardisés.

Cibler différentes audiences sur le marché du retail, parmi les distributeurs et les marques, est un enjeu marketing clé de Criteo. Avec le lancement de cette nouvelle plateforme, la société démontre également sa vision pour ses activités full-funnel et la poursuite de la diversification de son portefeuille de produits.

Pour répondre à ses objectifs de communication, Criteo a choisi de s'appuyer sur la caution et l'audience de la marque LSA pour l'aider dans la valorisation de son expertise et la présentation de ses solutions. A l'occasion de l'évènement LSA Live, Criteo a, ainsi, pu s'adresser directement à son cœur de cible en Live Talk, organiser des rendez-vous d'affaires et accroître sa visibilité.

# Solution

Criteo s'est associé à la 2e édition de LSA Live, l'événement dédié aux révolutions du retail et de la consommation. Une édition hybride avec une semaine 100% digitale conclue par une soirée premium réservée aux grands dirigeants au parc des Princes, et qui grâce à la puissance du média LSA et sa base de données unique a réuni plus de 2 000 acteurs du retail français et mondial.

Ce partenariat a permis à Criteo de partager son regard sur les grandes transformations du secteur et de présenter sa nouvelle plateforme Retail Media self-service en Live Talk. Une table ronde animée par la société en présence de Carrefour et de l'industriel Nestlé. Un excellent moyen de démontrer l'efficacité de la plateforme sur tous types de secteurs et pour une double cible : retailers et industriels.

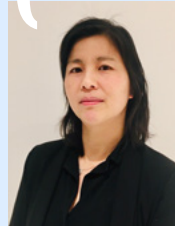
Grâce à cette collaboration, Criteo a pu non seulement mettre en avant son expertise en matière d'innovation, mais aussi concrétiser ses prises de contacts pendant l'événement. En effet, un module de Business Meeting était mis à sa disposition pour échanger avec les participants et réaliser des rendez-vous d'affaires en ligne. Criteo a également bénéficié d'un espace partenaire dédié pour mettre en avant ses solutions et interventions sur LSA Live.

L'événement LSA Live a également disposé d'un large dispositif promotionnel permettant à Criteo d'accroître sa visibilité grâce à une présence sur tous les supports de communication avant, pendant et après l'événement (magazine, site web, emailings et réseaux sociaux). Enfin, le replay de leur intervention a été promu par e-mail et hébergé sur les sites LSA et LSA LIVE pendant 6 mois afin de garantir une couverture optimale de leurs cibles.

# Résultats

Criteo et LSA s'accordent pour dire que cette participation à LSA Live fut bénéfique pour la marque. Leur intervention en Live Talk a enregistré le plus grand nombre de connexions et leur a permis de générer plus de 150 contacts qualifiés pour alimenter leur force de vente.

Au-delà de ce succès, Criteo a pu renforcer sa stratégie de communication et s'inscrire comme un acteur incontournable de l'innovation publicitaire, au côté des leaders du secteur présents. Criteo poursuit son partenariat avec LSA sur le long terme et participera à la prochaine édition de LSA Live.



Criteo a pu capitaliser sur l'expertise et l'audience de LSA pour promouvoir nos solutions. Leur force de frappe est un écosystème média que nos clients ont l'habitude de lire. Notre prise de parole lors de LSA Live et la base de données de LSA ont stimulé la campagne de communication autour de notre accélération de développement du Retail Media et du

lancement de notre nouvelle plateforme en self-service. Une approche qui nous a permis d'atteindre une double cible, les retailers et les marques



**Ines BOUVET,**  
Lead Marketing France et Europe du Nord  
**Criteo**



De la notoriété à la génération de leads, le dispositif LSA Live a permis à Criteo de répondre à ses objectifs de communication grâce à un plan de promotion puissant avant, pendant et après l'événement, des prises de parole en Live Talk et un module de Business Meeting pour effectuer leurs rendez-vous d'affaires. L'audience de LSA apporte la garantie de participants

qualifiés et ciblés permettant ainsi à Criteo de mettre en avant son expertise auprès de la bonne cible.



**Jean-Baptiste ALLINE,**  
Directeur Général Délégué,  
**Infopro Digital**