

Criteo veut recruter 100 développeurs pour inventer la publicité de demain

Les publicitaires du futur vont-ils ressembler à des informaticiens ? Pionnier du "retargeting" et nouveau champion français de la publicité sur internet avec un chiffre d'affaires estimé à 400 millions de dollars en 2011, Criteo a décidé d'accélérer ses recrutements.

La jeune pousse organise jusqu'au 31 mai le concours "[Code Of Duty](#)", basé sur des épreuves d'algorithmie dans de multiples langages informatiques (Java, C, C++, C#, Objective-C, JavaScript, Pascal, Perl, PHP, Python, Ruby, VB.NET ou Lua), et visant à identifier de jeunes talents en informatique pour étoffer ses équipes.

Des lots... et du travail

Au delà de ce concours et de la prime de 20 000 euros que se partageront les 30 gagnants, Criteo entend muscler ses effectifs en recrutant pas moins de 250 collaborateurs, dont une centaine d'ingénieurs pour la seule année 2012.

« Criteo est le leader mondial du display à la performance. Chaque jour, nous générons des millions de clics qualifiés par le biais de bannières produit qui sont personnalisées en fonction des recherches effectuées par les internautes sur les sites de nos clients. Cette année, nous recherchons une centaine d'ingénieurs pour le Criteo Labs, notre centre de recherche et développement parisien » indique **Franck Le Ouay**, cofondateur de Criteo, une jeune pousse parisienne qui dispose par ailleurs d'un siège à Palo Alto, au cœur de la Silicon Valley.

Des ingénieurs dont les compétences informatiques permettront à Criteo de rester un canal d'acquisition client rentable pour les géants du e-commerce et d'accessoirement rivaliser avec Google, une plate-forme qui a également compris que l'avenir de la publicité passait... par l'informatique.

