

Publicité comportementale : le Français Criteo sera coté au Nasdaq

Comme on pouvait s'y attendre, l'éditeur français Criteo a officialisé le lancement de sa procédure d'entrée en Bourse.

Si l'entrée en bourse de la star française de la publicité comportementale faisait déjà l'objet de nombreuses [rumeurs](#), l'information est cette fois des plus officielles : un document vient d'être déposé dans ce sens auprès de la Securities and Exchange Commission (SEC, autorité de régulation des marchés financiers aux Etats-Unis) en vue d'une introduction sur le Nasdaq.

Le premier jour de cotation pourrait survenir dans moins d'un mois, selon [Les Echos](#).

Selon les premiers éléments disponibles, le quotidien économique considère que Criteo serait en mesure de lever 142 millions d'euros avec l'IPO.

La croissance de Criteo est impressionnante au regard de ses résultats financiers : en 2012, le fournisseur de solution de ciblage publicitaire a réalisé un chiffre d'affaires de 271,9 millions d'euros (+ 89 % en un an).

Dans la période 2009 - 2010, son CA est passé de 6,7 millions d'euros en 2009 à 65,6 millions d'euros en 2010.

Cette montée en charge du business se confirme sur le premier semestre 2013 avec un CA de 194,3 millions d'euros.

Petit bémol : l'accroissement des investissements pèse sur la rentabilité du groupe.

Alors que Criteo était profitable depuis 2010, il affiche une perte nette de 4,9 millions d'euros sur les six premiers mois de l'année.

Déjà 47 millions d'euros levés

La création de Criteo, qui a creusé le sillon de la publicité display à la performance, remonte à 2005.

Trois entrepreneurs sont à l'origine de cette société dédiée à la publicité comportementale (ou comment ajuster les messages publicitaires sur les sites Web en fonction du surf des internautes) : Jean-Baptiste Rudelle, Franck le Ouay et Romain Niccoli.

Au cours de son développement, la société a été soutenue par une ribambelle de fonds d'investissement : Idinvest Partners, Elaia Partners, SoftBank Capital, Yahoo Japon, SAP Ventures, Adams Street et Bessemer.

En octobre 2012, elle annonçait encore [une levée de fonds de 30 millions d'euros](#). Selon TechCrunch, elle a obtenu un financement global de 47,2 millions d'euros depuis sa création.

L'an passé, Criteo affichait un effectif de 700 personnes avec une forte activité de business aux

Etats-Unis mais le siège social se situe en France (son principal site R&D est localisé dans Paris).

« Nous sommes présents dans 37 pays et nous avons 15 bureaux répartis à travers le monde. Nous travaillons avec plus de 4000 clients et nous sommes en relation directe avec plus de 6000 éditeurs », peut-on lire sur le site Web de Criteo.

Pour renforcer ses compétences technologiques, Criteo n'hésite pas à recourir à de la croissance externe.

Récemment, la société Internet [a pris possession d'AD-X Tracking](#), une société technologique spécialisée en marketing mobile d'origine britannique.

A relire : Jean-Baptiste Rudelle, Criteo : « [Nous allons continuer à renforcer nos capacités big data temps réel](#) » (interview ITespresso de juin 2012)

Voir aussi

[Silicon.fr étend son site dédié à l'emploi IT](#)

[Silicon.fr en direct sur les smartphones et tablettes](#)