

Jean-Baptiste Rudelle quitte la direction de Criteo, sur fond de panne de croissance

Le groupe français de ciblage publicitaire sur internet Criteo a annoncé mercredi le départ du poste de directeur général de son fondateur Jean-Baptiste Rudelle à compter du 25 novembre, à l'occasion de la présentation de résultats financiers sans croissance.

Temps de lecture : minute

30 octobre 2019

Sa remplaçante, Megan Clarken, spécialiste de la mesure d'audience venue du groupe américain Nielsen, aura la délicate mission "d'accélérer la transformation de l'entreprise en plateforme technologique" mais surtout de renouer avec la croissance, alors que le groupe revoit une nouvelle fois ses objectifs et s'attend à une "année blanche".

Jean-Baptiste Rudelle était revenu en mai 2018 aux manettes du groupe alors que le modèle des intermédiaires publicitaires était déjà menacé par une nouvelle législation européenne et des fonctionnalités plus protectrices des données personnelles.

Il reste à la tête de Criteo en tant que président du conseil d'administration et "assurera une transition opérationnelle en douceur" jusqu'à l'annonce des résultats annuels, précise le groupe dans un communiqué. "On a fait beaucoup de transformation lors des 18 derniers mois, on a un beau programme de travail pour les années qui viennent", a-t-il expliqué à l'AFP. "Au cours de l'année 2019, on a petit à petit amélioré notre marge opérationnelle. Et l'apport de nos nouveaux

produits est de plus en plus significatif", a-t-il ajouté.

Au troisième trimestre, le bénéfice net de la société, l'une des rares françaises cotées sur le Nasdaq (valeurs technologiques) à New York, a bondi de 10% à 19 millions de dollars, tandis que son chiffre d'affaires hors reversement aux partenaires (appelé ex-TAC, son indicateur de référence), s'est établi à 221 millions de dollars (-1%), toutefois conforme aux attentes des analystes.

Le chiffre d'affaires a également suivi la même tendance, en recul de 1% à 523 millions de dollars. Le groupe ne prévoit plus de croissance pour son exercice annuel après avoir déjà revu son objectif en avril d'une fourchette de 3 à 6% à une autre de 0 à 2%. "Avec des perspectives plus modérées pour le quatrième trimestre, nous nous attendons maintenant à atteindre la limite basse" de cette dernière fourchette, explique l'entreprise dans son communiqué.

L'approche "plus modérée" des perspectives pour la fin d'année est expliquée par "les incertitudes sur l'effet lors des vacances de Noël" de "la tendance plus douce de nos activités avec les clients importants en particulier dans le mobile", explique l'entreprise dans son communiqué. Le groupe conserve en revanche son objectif de taux de rentabilité (marge Ebitda sur les revenus ex-TAC) d'environ 30%.