

En bref, les actus de Criteo, Lydia et du cybercampus

Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations startup à côté desquelles il ne faut pas passer. Aujourd'hui : Criteo, Lydia et le cybercampus.

Temps de lecture : minute

7 juillet 2020

Criteo estime l'impact du coronavirus à 40 millions de dollars au deuxième trimestre

Le groupe français Criteo, spécialiste du ciblage de la publicité sur internet, a précisé lundi sa prévision financière pour le second trimestre, intégrant un impact négatif de la crise sanitaire d'environ 40 millions de dollars. Criteo avait déjà indiqué début juin que ses revenus en mai avaient été meilleurs que la "baisse continue" anticipée précédemment, sans toutefois fournir d'objectif chiffré. Selon un communiqué, le groupe attend désormais au second trimestre des revenus ex-TAC (hors coûts d'acquisition du trafic, l'indicateur privilégié par le groupe) entre 174 et 175 millions de dollars, en baisse de 19% sur un an à taux de change constant, alors qu'il s'attendait en avril à un déclin de 32 à 35%. La prévision intègre un impact négatif du Covid-19 estimé à environ 40 millions de dollars sur le trimestre. Le résultat d'exploitation ajusté (Ebitda) devrait parallèlement atteindre 32 à 33 millions de dollars, alors qu'il devait précédemment tout juste rester positif. L'annonce faisait grimper l'action Criteo de près de 25% dans les échanges électroniques précédant l'ouverture du Nasdaq new-yorkais, où le groupe est coté.

Maddyness avec AFP

Lydia et Younited Credit lancent un prêt à la consommation disponible sur mobile

Lydia s'est alliée à Younited Credit pour mettre au point un service, baptisé Petit Prêt Express, de prêt à la consommation de 500 jusqu'à 3000 euros, remboursable sous 6 à 36 mois, qui sera bientôt disponible directement via son application mobile. Le taux d'intérêt variable dépend du montant et de la durée du prêt mais la startup n'applique aucun frais en cas de remboursement anticipé. L'offre doit être disponible dès cet été. " *Cette nouvelle offre positionnée sur l'équipement constitue une étape importante et évidente dans le développement de Lydia. Elle nous permet de couvrir plus largement les besoins de nos utilisateurs, ce qui est notre priorité* ", estime Cyril Chiche, cofondateur et CEO de Lydia.

L'implantation du cybercampus bientôt dévoilée

L'exécutif devrait décider en juillet de la localisation exacte du futur cybercampus, qui doit regrouper sur un même site de l'Ouest parisien entreprises, startups, administrations et écoles actives dans le domaine de la cybersécurité. Cinq sites sont en lice, trois à la Défense, un à Boulogne-Billancourt et un autre à Saint-Ouen. Selon Michel VanDenBerghe, le directeur général d'Orange Cyberdéfense qui a mené les travaux préparatoires, le cybercampus vise une superficie de 20 000 mètres carrés, avec 7 à 900 personnes sur le site. Plus de 50 organisations ou entreprises se sont déjà engagées à être représentées sur le site, que ses promoteurs espèrent voir ouvrir dès le deuxième 2021.

Maddyness avec AFP

Article écrit par Geraldine Russell