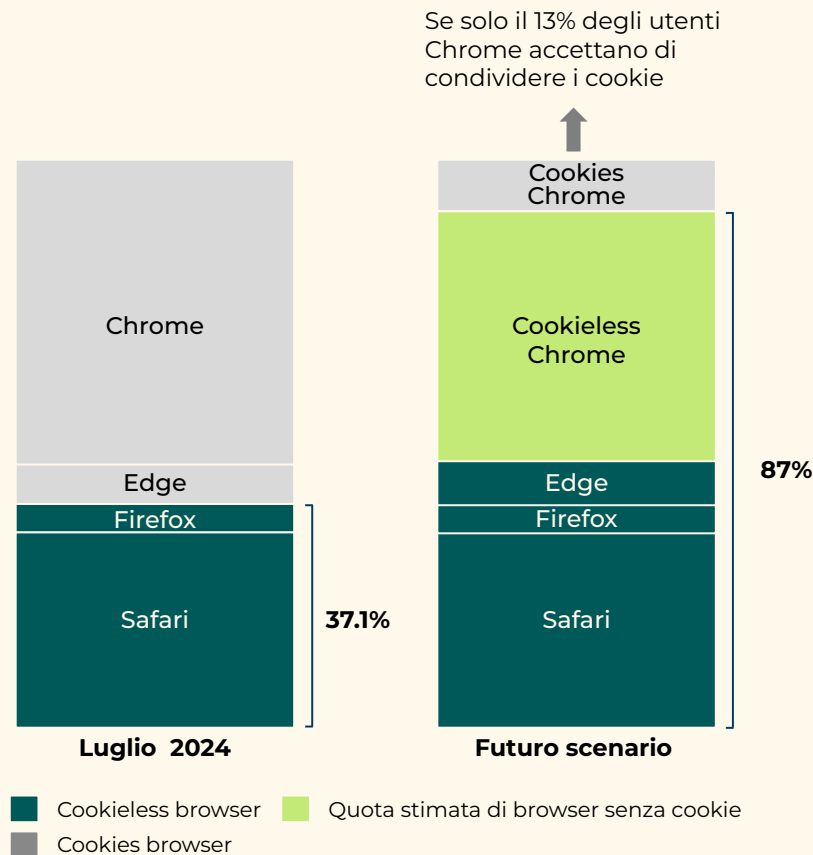


# Oltre il signal loss: Il futuro della pubblicità digitale

Quasi il **90%** dei browser americani potrebbe diventare cookieless nel lungo periodo



# Un futuro privacy first: la rivoluzione è in atto

**95%**

dei decision maker si aspetta continui cambiamenti legislativi e un accesso ai dati limitato.

**72%**

tra brand, agenzie ed editori riconosce una limitazione nell'accesso ai dati.