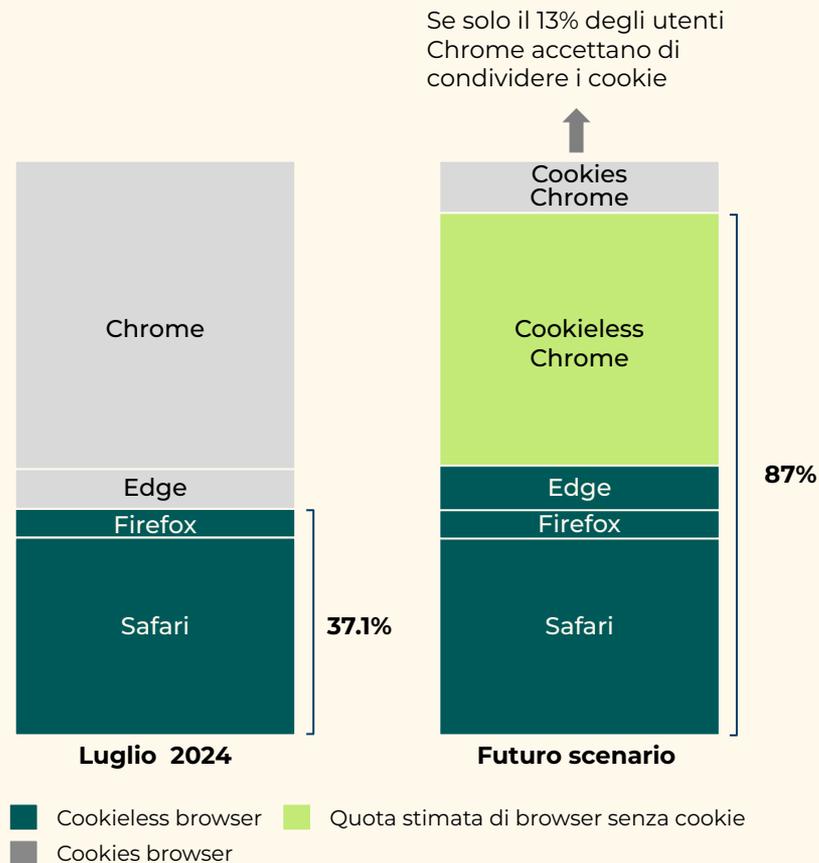


Oltre il signal loss: Il futuro della pubblicità digitale

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.