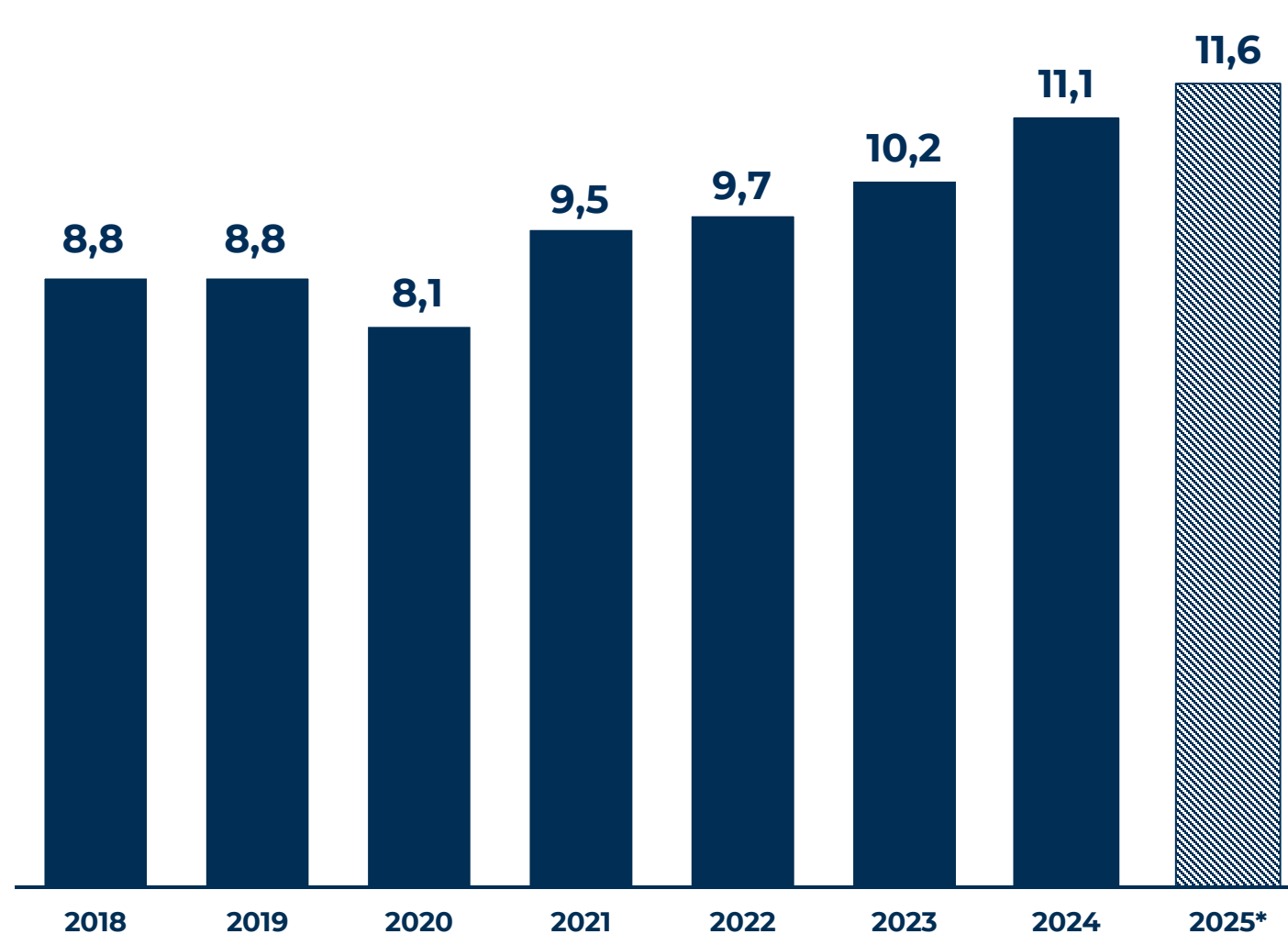




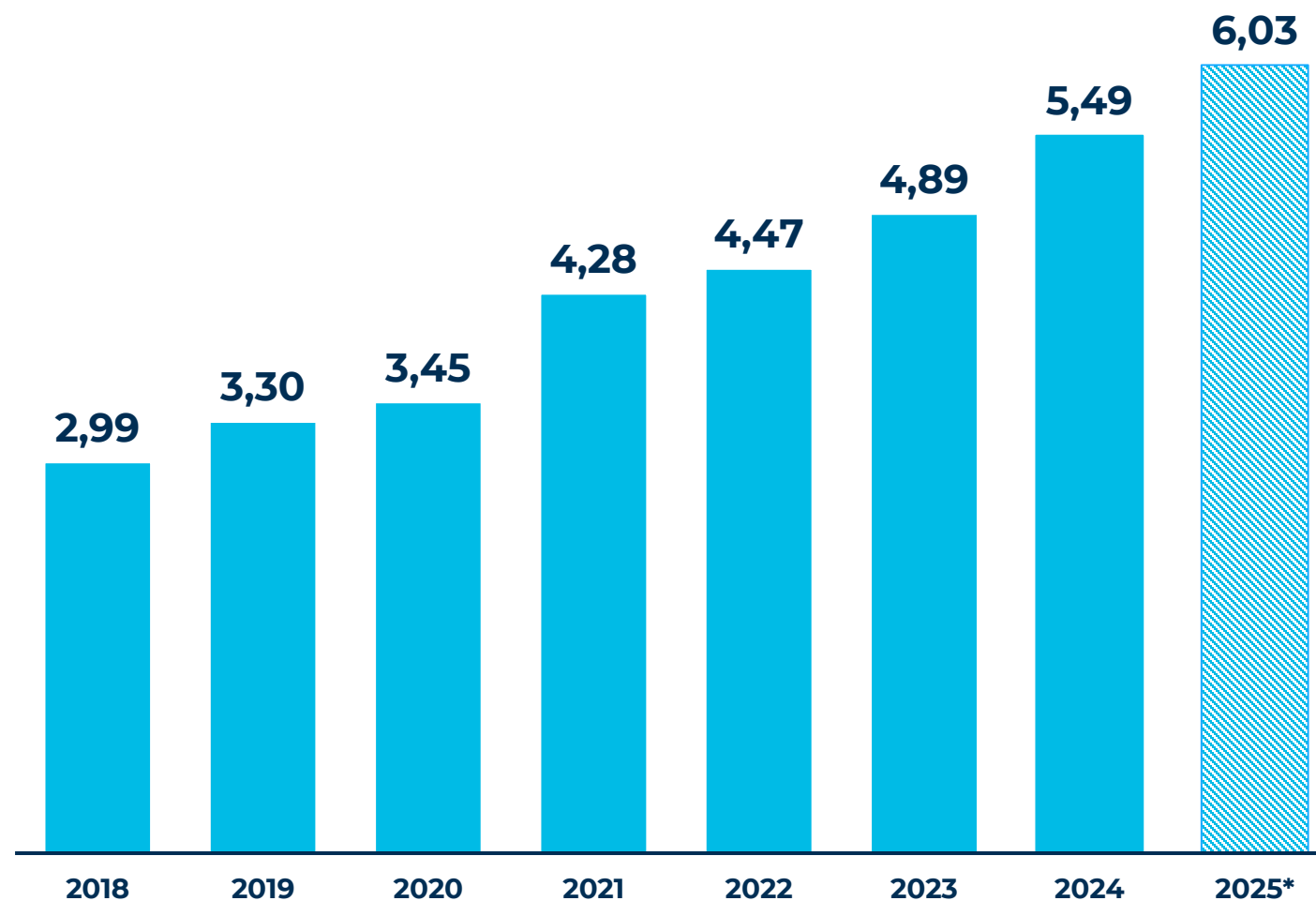
valori in miliardi di €



Fonte: rielaborazione a cura dell'OSSERVATORIO INTERNET MEDIA POLITECNICO DI MILANO, a partire da dati Nielsen e bilanci degli operatori del settore. *Dati pre-consuntivo



valori in miliardi di €

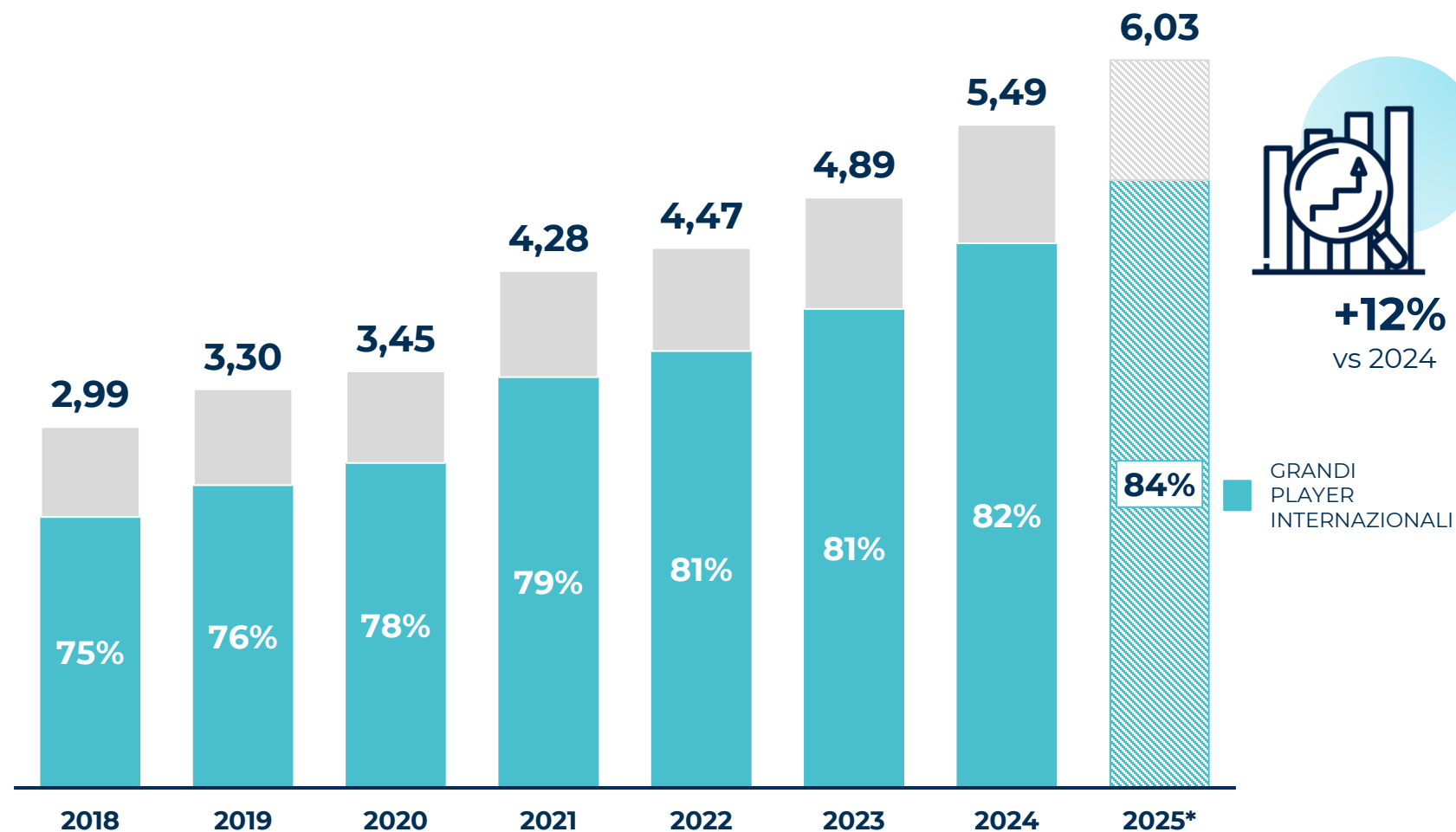


Fonte: OSSERVATORIO INTERNET MEDIA POLITECNICO DI MILANO. *Dati pre-consuntivo

L'Internet advertising: il peso dei grandi player internazionali



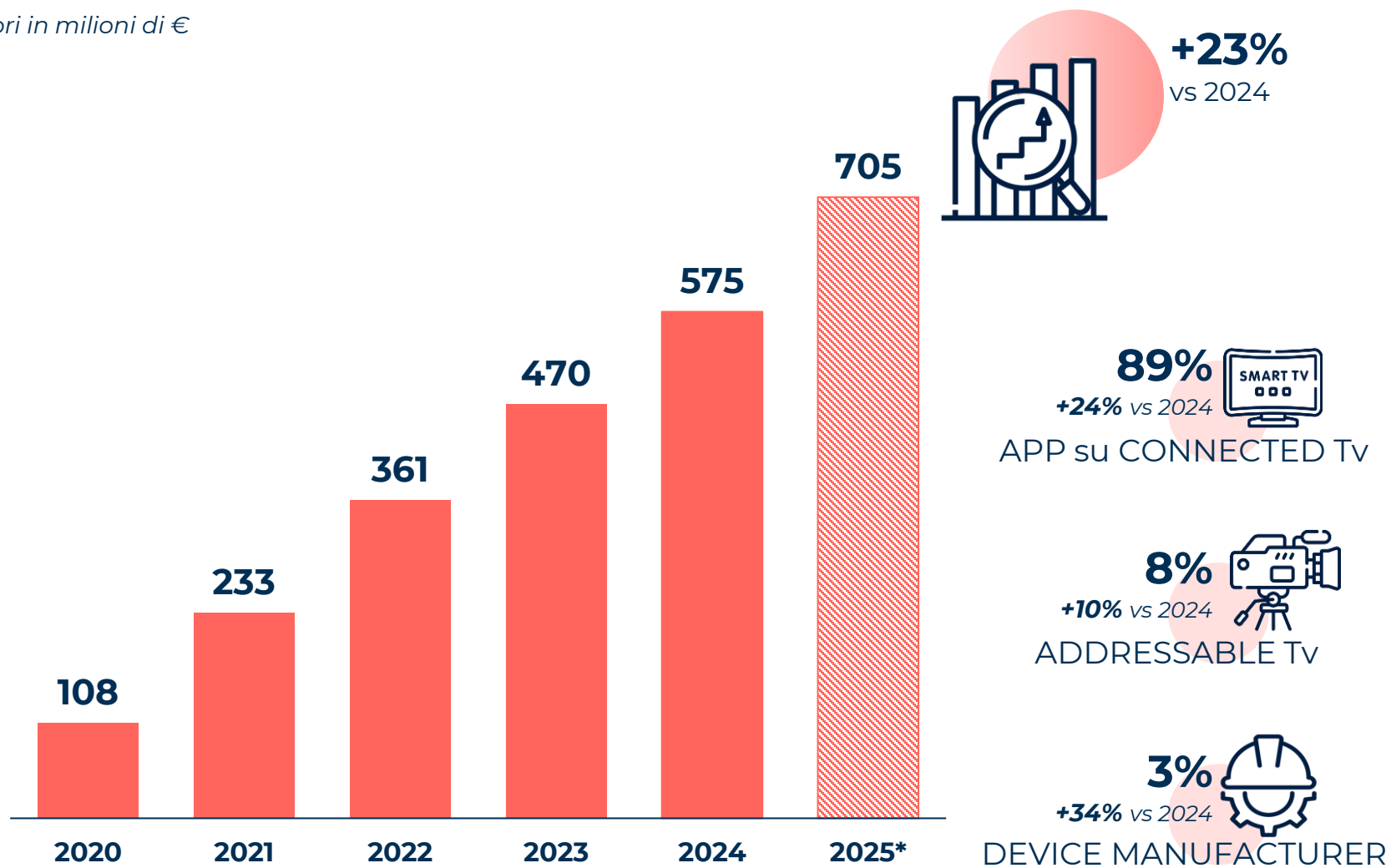
valori in miliardi di €



Fonte: OSSERVATORIO INTERNET MEDIA POLITECNICO DI MILANO. *Dati pre-consuntivo



valori in milioni di €



Fonte: OSSERVATORIO INTERNET MEDIA POLITECNICO DI MILANO. *Dati pre-consuntivo



Il **Retail Media** è l'insieme degli **spazi** (sia offline sia online) e dei **dati** (sulle vendite e sul consumatore) che i retailer e i merchant possono mettere a **disposizione degli inserzionisti**»

640
mln€ nel 2025*
+27% vs 2024



RETAIL MEDIA
(on-site e in-store)

80%

del mercato



PIATTAFORME eCOMMERCE
INTERNAZIONALI

RETAILER TRADIZIONALI

20%

del mercato



Fonte: TAVOLO DI LAVORO RETAIL MEDIA POLITECNICO DI MILANO. *Dati pre-consuntivo



AUDIO +3%

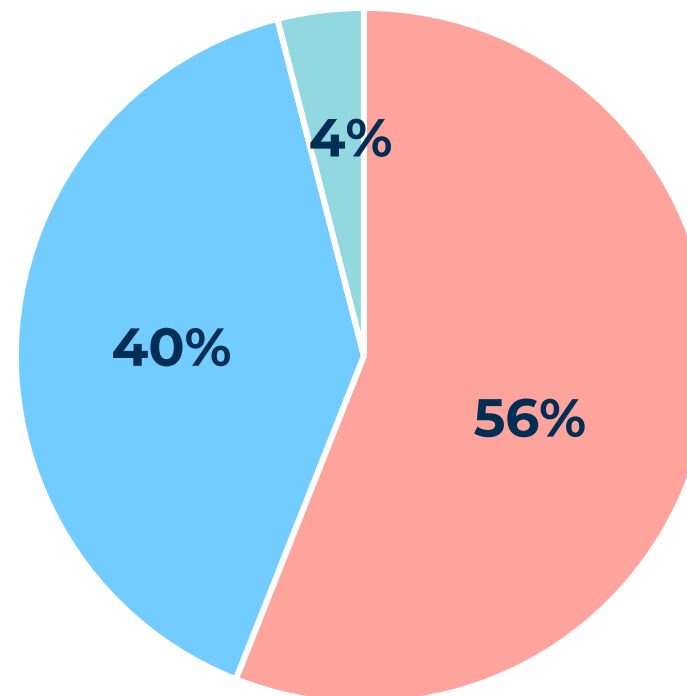
vs 2024

Radio	90% / +2%
Digital Audio	10% / +10%

STATICA +5%

vs 2024

Statica online	77% / +7%
Stampa	12% / -6%
Statica OOH	11% / +3%



VIDEO +5%

vs 2024

58% / -1%	Tv lineare
38% / +13%	Video online
4% / +23%	Video OOH

Base: mercato 11,6 miliardi€

Fonte: rielaborazione a cura dell'OSSERVATORIO INTERNET MEDIA POLITECNICO DI MILANO, a partire da dati Nielsen e bilanci degli operatori del settore. Dati pre-consuntivo



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT



osservatori.net
digital innovation



GRAZIE per l'Attenzione!



ANDREA LAMPERTI
Senior Advisor, Osservatorio Internet Media