



## ***Tecnologia - Tecnologia, PubMatic: pubblicata guida del media buyer***

**Roma - 08 set 2021 (Prima Pagina News) Coinvolti 130 brand.**

Il recente annuncio di Google relativo al ritardo della deprecazione dei cookie di terza parte su Chrome ha scombussolato il mondo dell'ad tech anche se molti editori e inserzionisti hanno tirato un sospiro di sollievo. Le decisioni di Google, tuttavia, non dovrebbero rallentare l'impegno del nostro settore nel trovare nuove e migliori modalità di offerta pubblicitaria rilevante ai consumatori. PubMatic non ha certo rallentato e, in collaborazione con Digiday, ha esplorato le priorità e le sfide dell'ecosistema legate all'addressability. Di recente abbiamo pubblicato "La guida del media buyer all'audience addressability" che ha coinvolto 130 brand e agenzie (rispettivamente il 26% e il 74% degli intervistati) per fornire il polso della situazione e un percorso da seguire. Risulta evidente dal nostro studio che molti marketer sono desiderosi di effettuare test, e la guida analizza ciò che i buyer stanno prendendo in considerazione - e le loro priorità - nel testare approcci alternativi all'addressability.

*(Prima Pagina News) Mercoledì 08 Settembre 2021*