

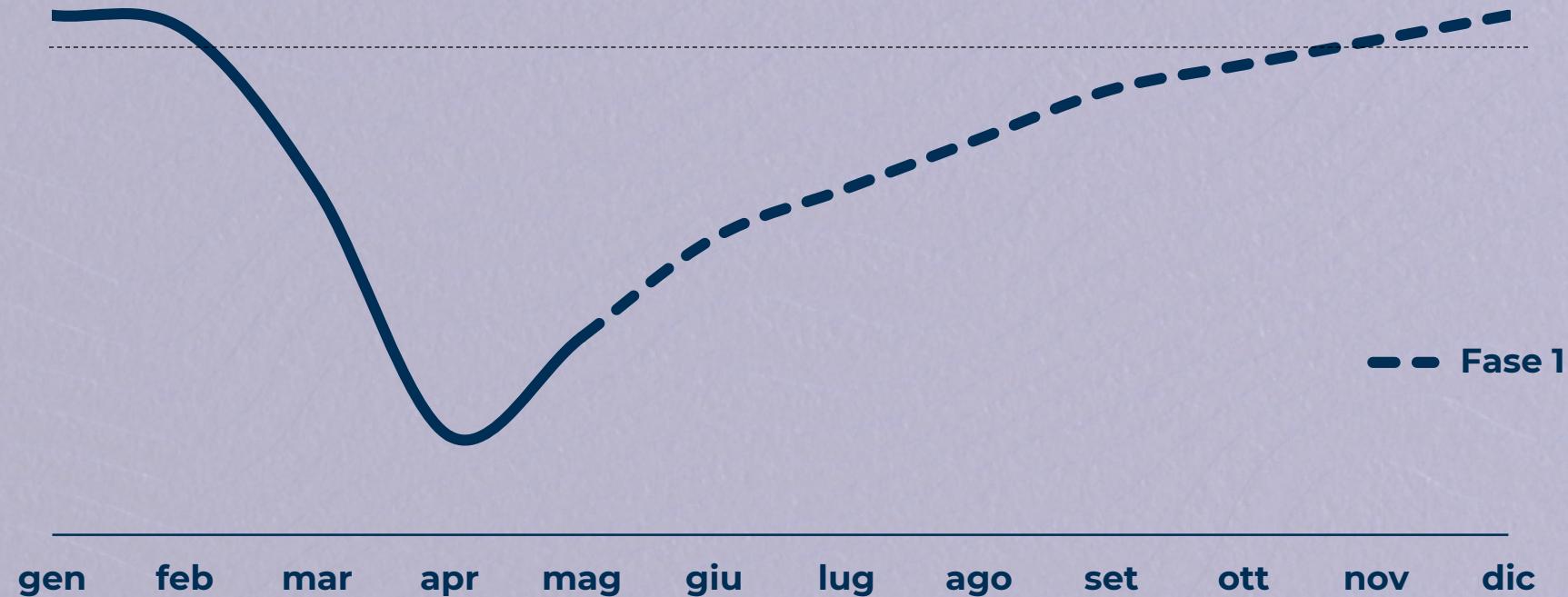
NUMERI E TREND: INTERNET ADVERTISING E LE DINAMICHE «METAVERSE»

ANDREA LAMPERTI

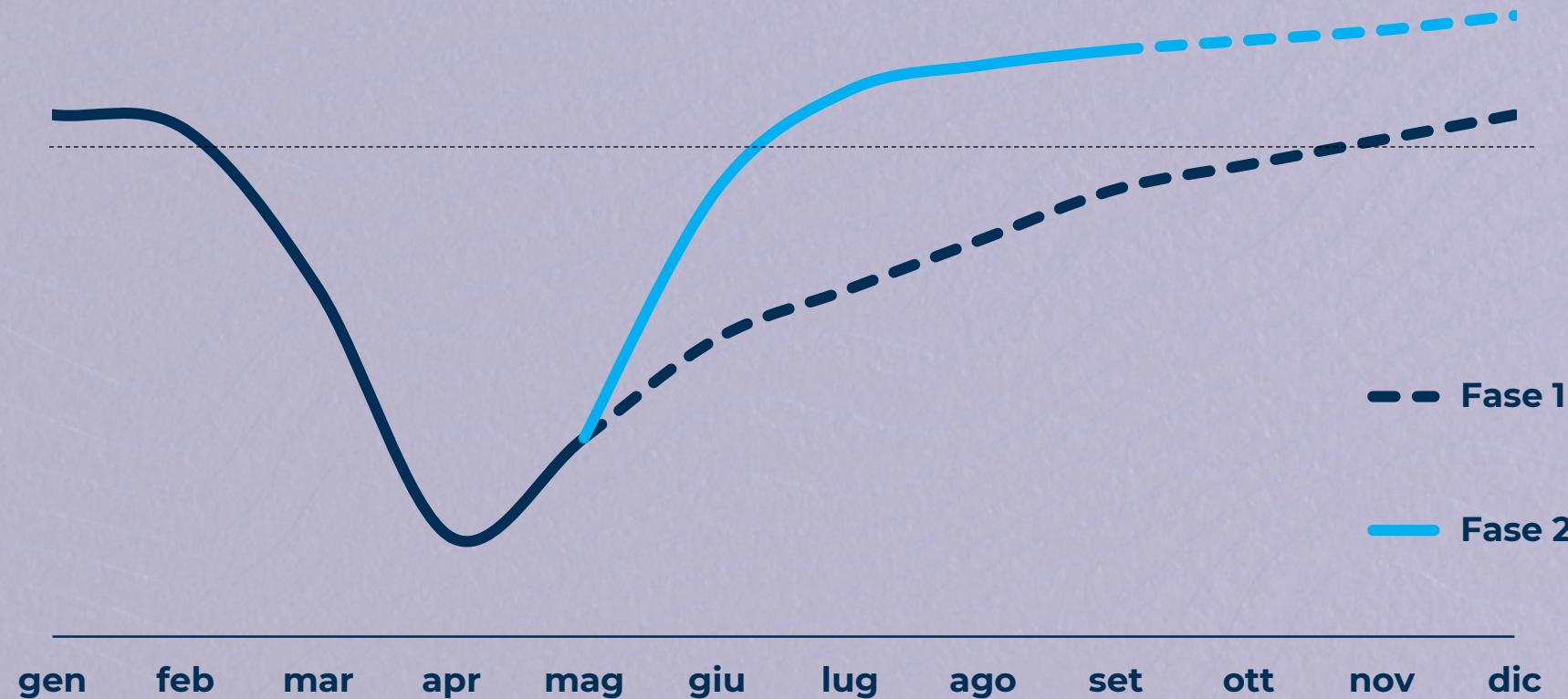
DIRETTORE OSSERVATORIO INTERNET MEDIA
POLITECNICO DI MILANO



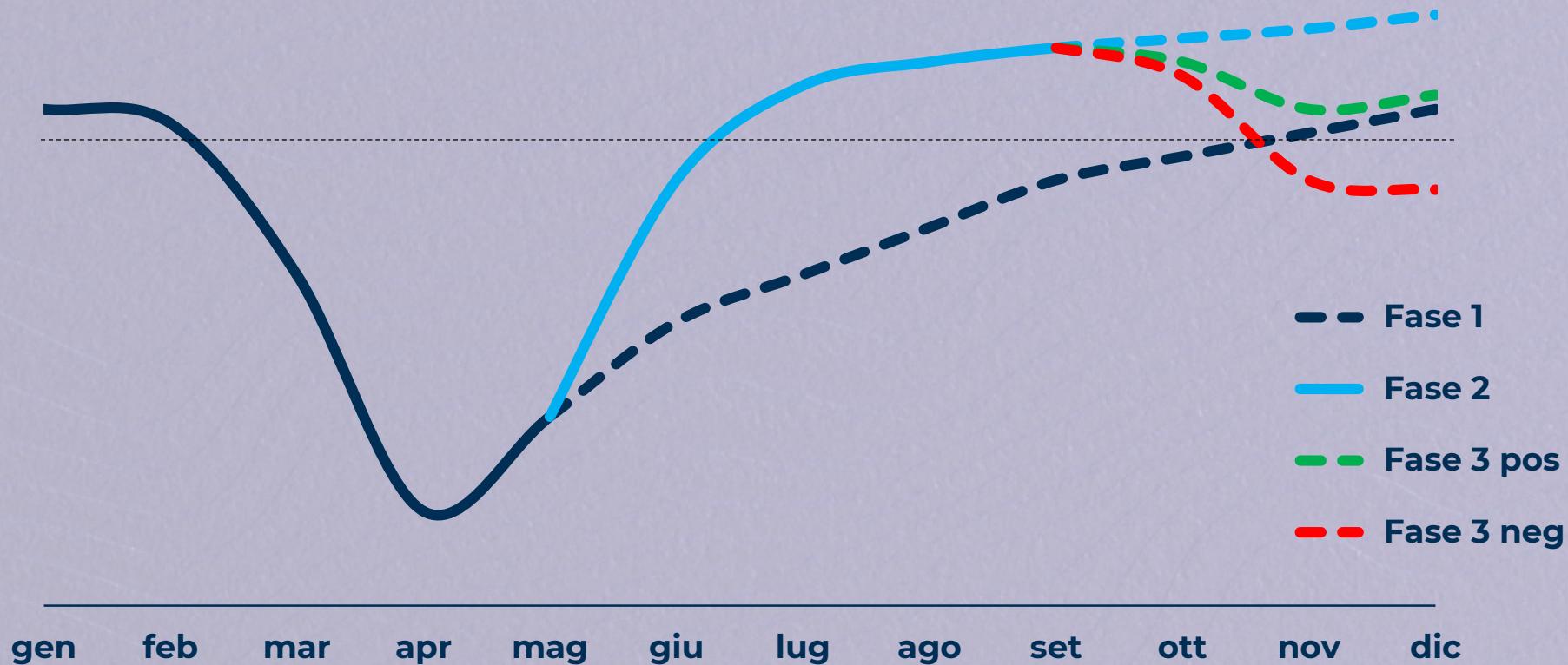
L'andamento del 2020



L'andamento del 2020



L'andamento del 2020



L'Internet advertising



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano. *Stime rilasciate a Giugno 2020.

L'Internet advertising



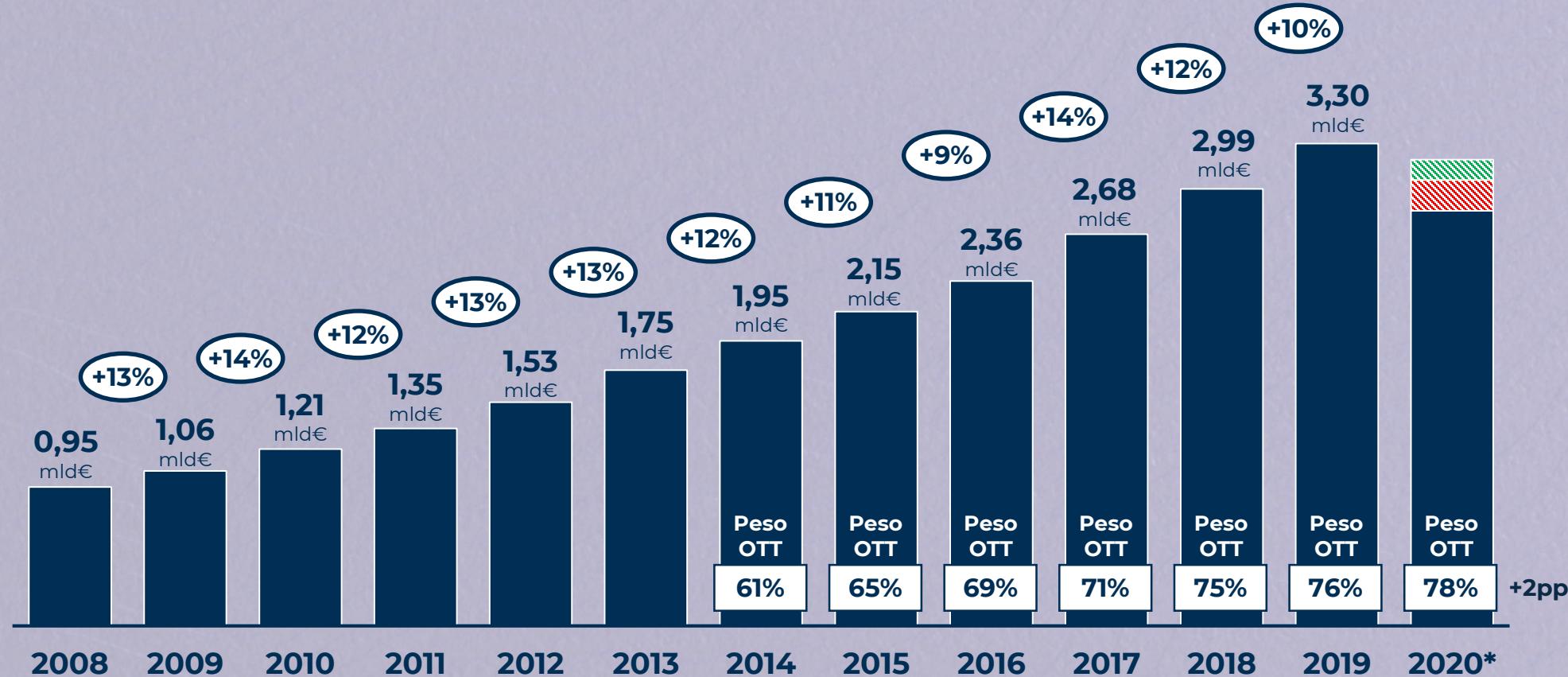
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano. *Stime a preconsuntivo.

L'Internet advertising



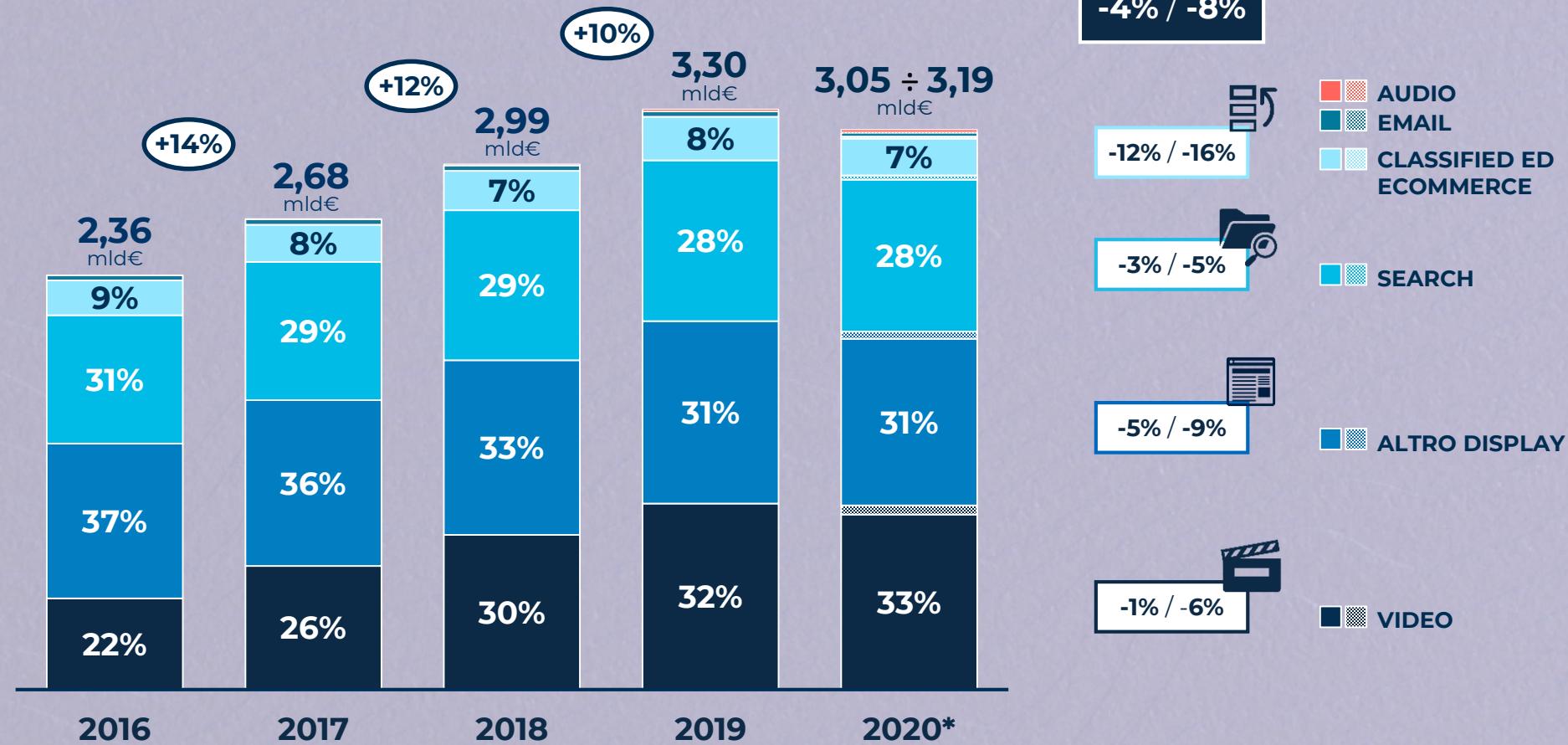
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano. *Stime a preconsuntivo.

L'Internet advertising



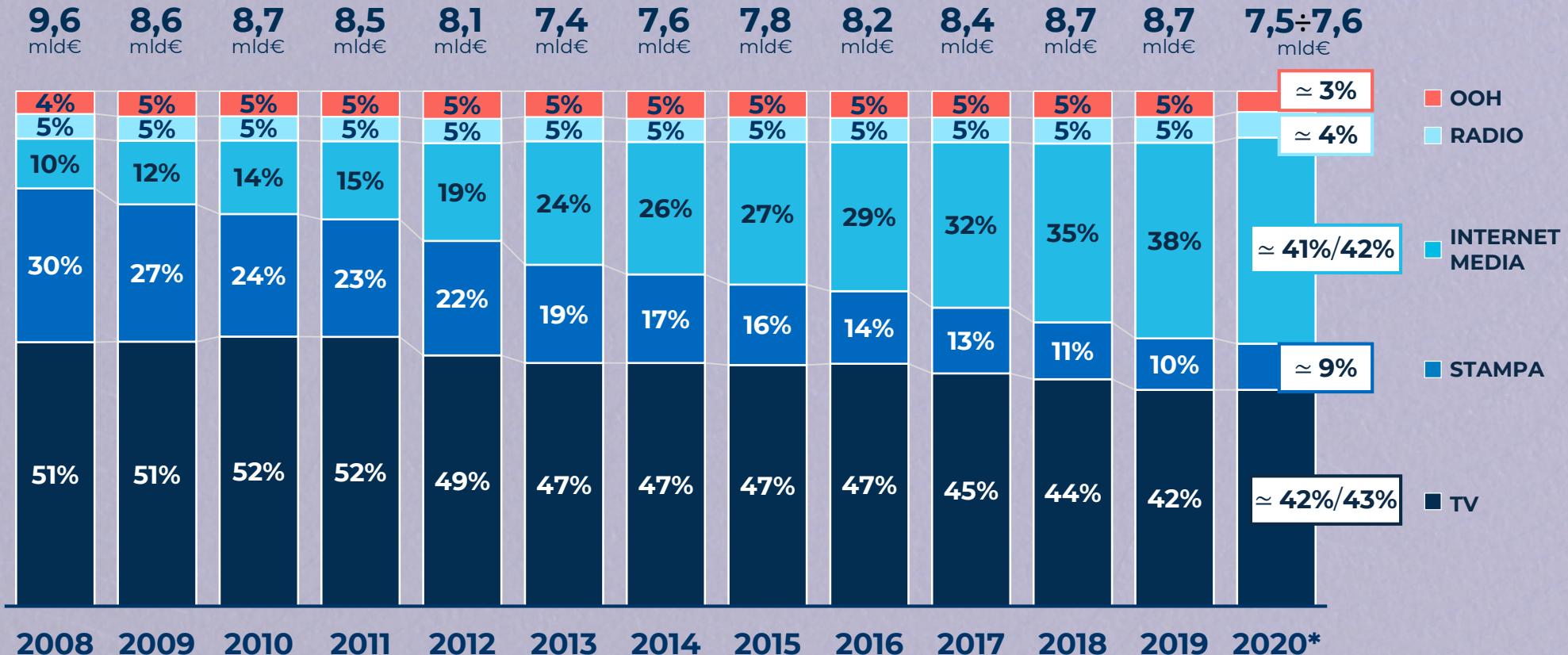
Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano. *Stime a preconsuntivo.

La vista per formati



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano. *Stime a preconsuntivo.

Il media mix



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano, a partire da dati Nielsen e bilanci degli operatori del settore. *Stime a preconsuntivo.

Il mercato pubblicitario italiano



Fonte: Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano, a partire da dati Nielsen e bilanci degli operatori del settore. *Stime a preconsuntivo.



L'accelerazione verso il «metaverse»

Il riassetto dell'infrastruttura retail



RIDIMENSIONAMENTO
DELL'INFRASTRUTTURA E
INTEGRAZIONE OMNICANALE

- **Bose (gen. 2020):** chiude 119 negozi in Europa e si concentra sull'eCommerce
- **H&M (feb. 2020+giu.2020):** chiude 170 negozi e taglia l'apertura di nuovi negozi. 40 negozi in meno rispetto alle dichiarazioni di inizio anno. cambio di concept strategico: gli store diventano hub logistici di supporto all'online
- **Zara (giu. 2020):** annuncia la chiusura di 1.200 negozi, soprattutto in Europa e Asia, e l'investimento di un miliardo di euro sull'eCommerce
- **Starbucks (giu. 2020):** annuncia la chiusura di 400 punti vendita negli USA e in Canada e il focus su punti dedicati al pick up degli ordini eCommerce



INGRESSO FISICO DI
ALCUNE DOT COM

- **Wayfair (set. 2019):** dopo la sperimentazione di vari temporary store, inaugura il suo primo negozio per creare relazione fra personale e consumatori
- **Alibaba (set. 2019):** inaugura il primo negozio omnicanale a Madrid
- **Matchesfashion (ott. 2019):** inaugura diversi temporary store per promuovere la nuova collezione e abilità acquisto online da negozio
- **Amazon (feb. 2020):** estende il format Amazon Go, aprendo il suo primo vero e proprio supermercato (1.000 m²) con tecnologia cashierless

Fonte: Osservatorio eCommerce B2c Politecnico di Milano.

L'approccio omnicanale dei top retailer italiani

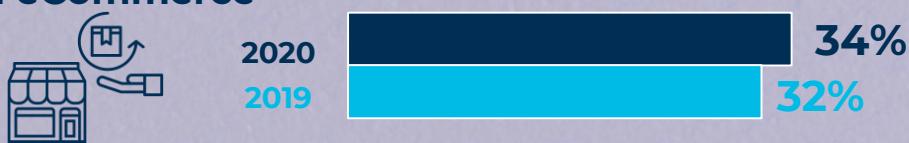
IL PRESIDIO DEI CANALI DIGITALI PER INIZIATIVE DI VENDITA



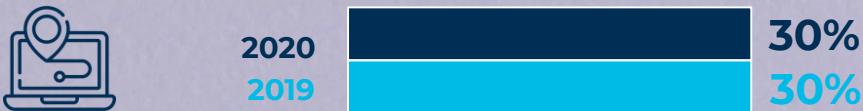
Click&Collect



Reso offline di ordini eCommerce



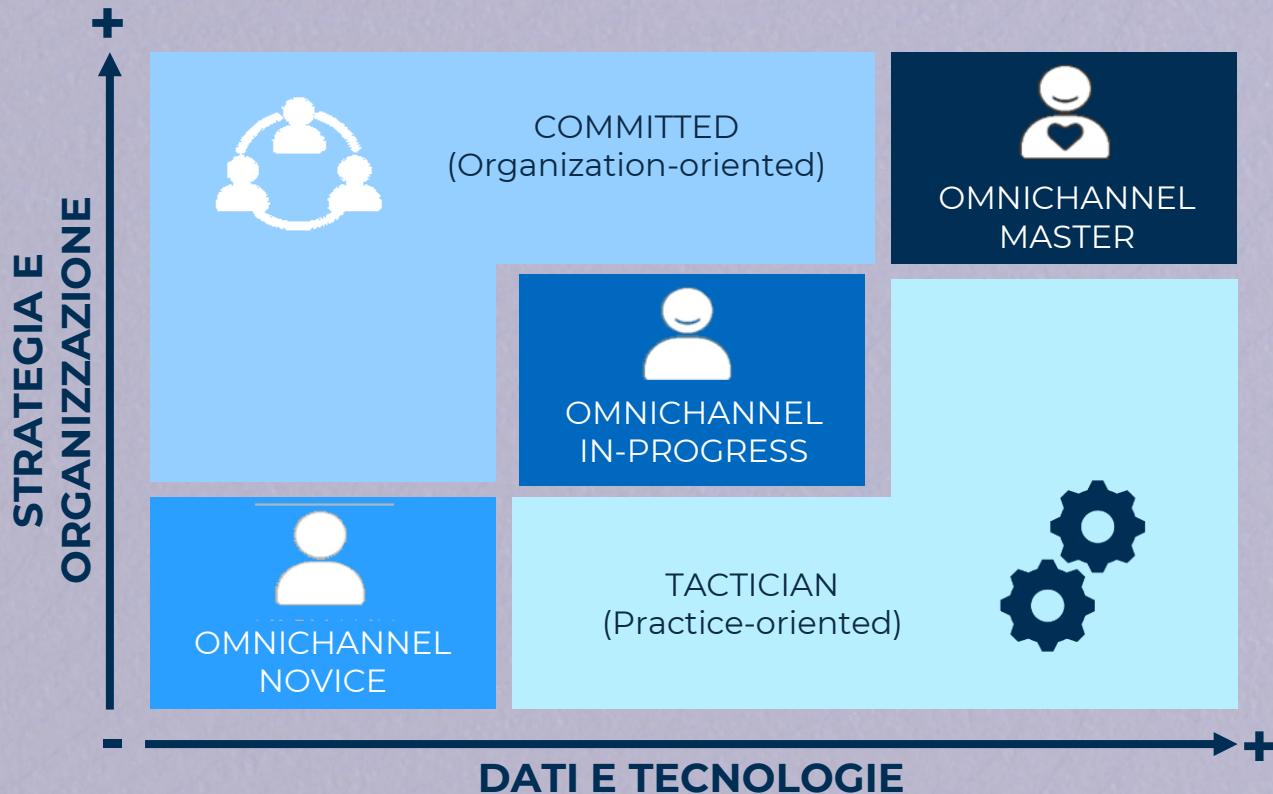
Verifica online disponibilità di prodotti in store



Fonte: Osservatorio eCommerce B2c Politecnico di Milano.

Campione: 243 top retailer con sito eCommerce

La mappa di maturità delle imprese italiane



Fonte: Osservatorio Omnidigital Customer Experience Politecnico di Milano.

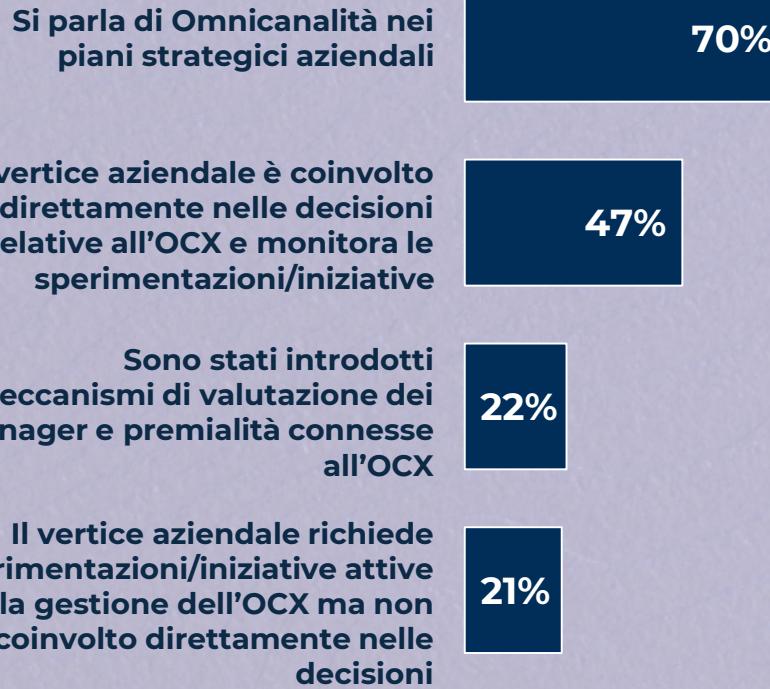
Campione: 105 aziende

La strategia e l'organizzazione

BARRIERE PERCEPITE

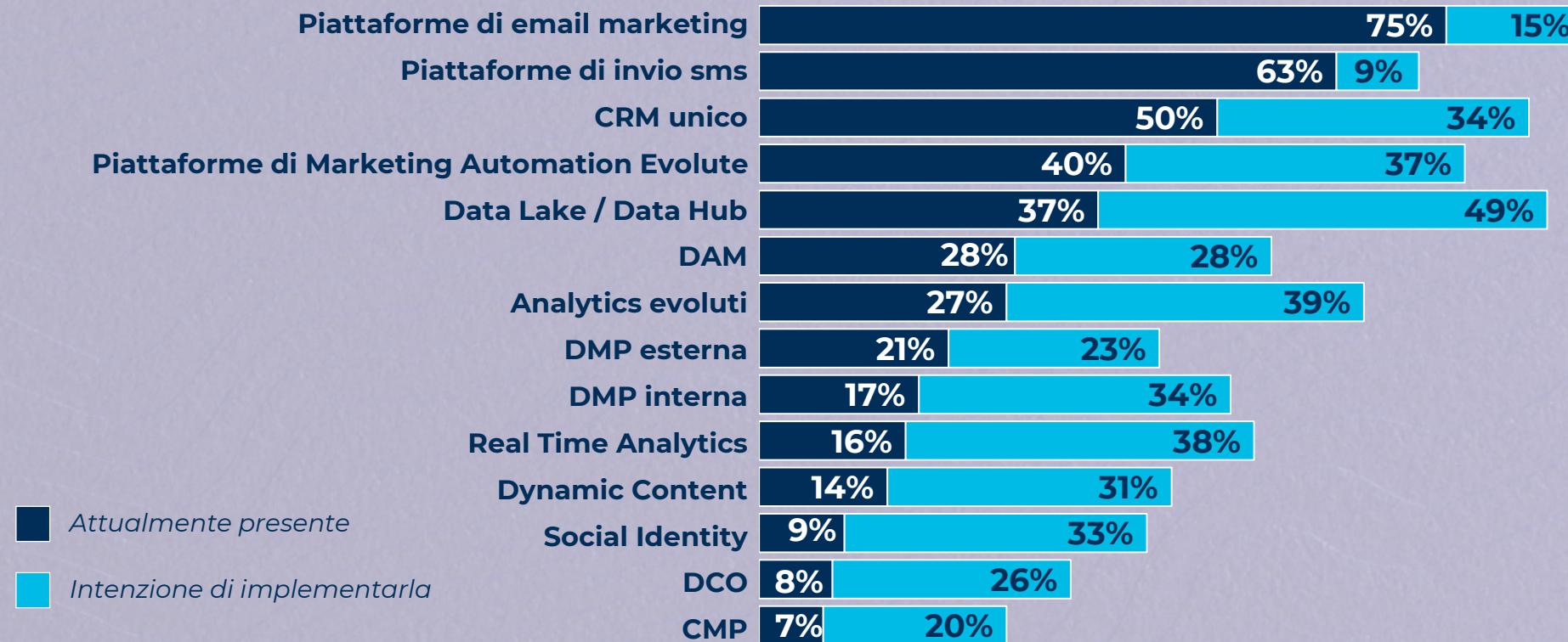


AZIONI IMPLEMENTATE



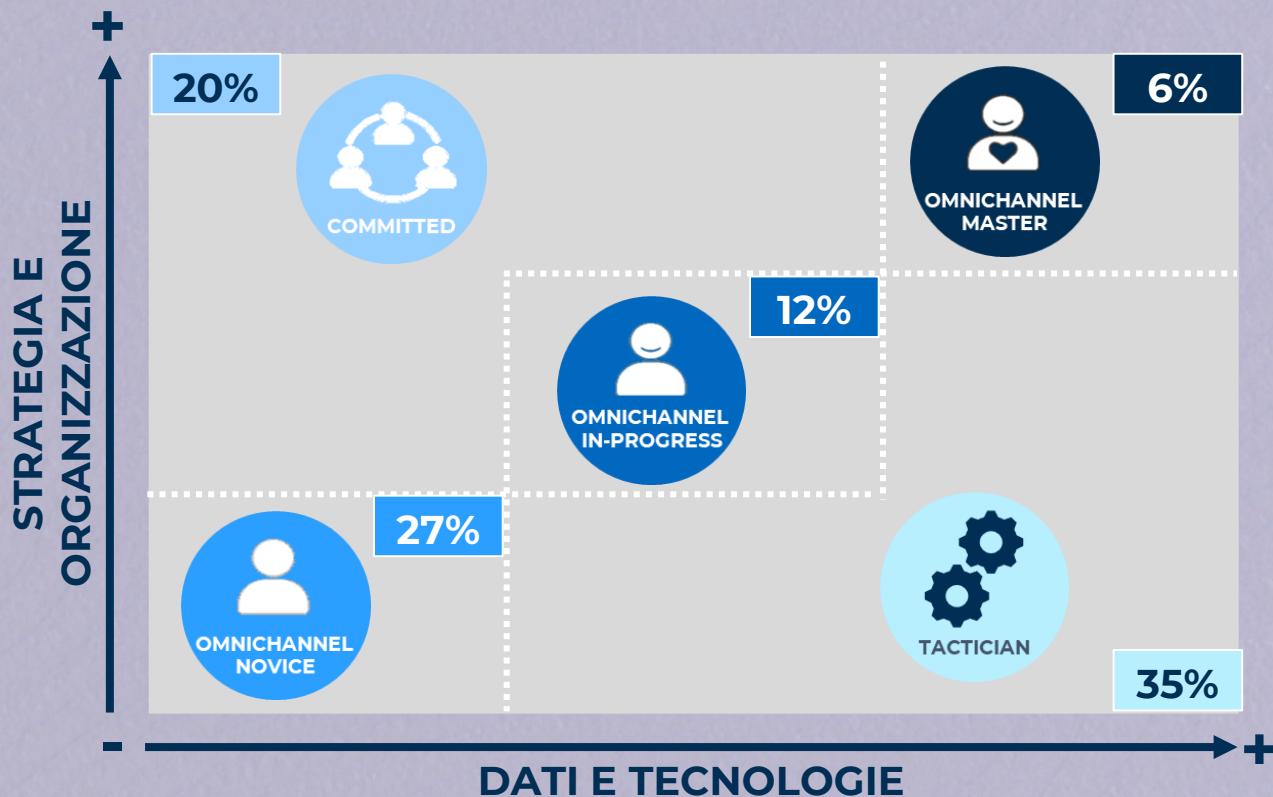
Fonte: Osservatorio Omnidigital Customer Experience Politecnico di Milano.

Le tecnologie per la raccolta, la gestione e l'analisi dei dati



Fonte: Osservatorio Omnipersonal Customer Experience Politecnico di Milano.

La mappa di maturità delle imprese italiane



Fonte: Osservatorio Omnichannel Customer Experience Politecnico di Milano.

Campione: 105 aziende