

In-Store Media, via in Italia pariando da Carrefour

Il mercato degli investimenti pubblicitari sui grandi colossi del retail media digitale, quelli alla Amazon, sta letteralmente esplodendo (vedere l'altro articolo in pagina). Ma questo non esclude che le campagne di comunicazione sul punto vendita fisico siano scomparse, anzi. Ed è per questo che la multinazionale spagnola in-Store Media, già attiva in nove paesi e su oltre 80 insegne della distribuzione, ha deciso di sbarcare in Italia: ha siglato un accordo con Unlimitail per la valorizzazione degli spazi media all'interno dei punti vendita Carrefour che prevede «l'implementazione di una rete pubblicitaria tradizionale e digitale in oltre 200 punti vendita». Il gruppo in-Store Media vale 105 milioni di fatturato nel 2024 (+30% sul 2023) e punta a salire a quota 120 milioni nel 2025.

L'ingresso nel mercato italiano, come spiega **Giovanni Primi**, country manager Italia di in-Store Media, «si inserisce in un piano strategico e di sviluppo globale della multinazionale che si fonda su tre pilastri: integrazione dei canali fisici e digitali per accompagnare il consumatore lungo tutto il processo decisionale e di acquisto; valorizzazione dei dati per campagne sempre più personalizzate e ottimizzabili in tempo reale; innovazione continua delle soluzioni di comunicazione grazie a tecnologie digitali e formati misurabili. In uno scenario in cui l'82% delle decisioni d'acquisto viene preso all'interno dei punti vendita, in-Store Media vuole proporre un ecosistema completo che copre tutti i touchpoint del retail media». Questi approcci, in base a ricerche, consentono ai brand che fanno pubblicità usando il punto vendita come retail media di aumentare le vendite di circa il 20%. «Nel 2025 il nostro focus sarà sull'integrazione tra fisico e digitale, sull'uso strategico dei dati e sull'innovazione tecnologica», conclude Primi, il cui obiettivo prossimamente sarà quello di «ampliare la presenza sul territorio attraverso nuove collaborazioni con retailer di primo piano».

Claudio Plazzotta

— © Riproduzione riservata —

