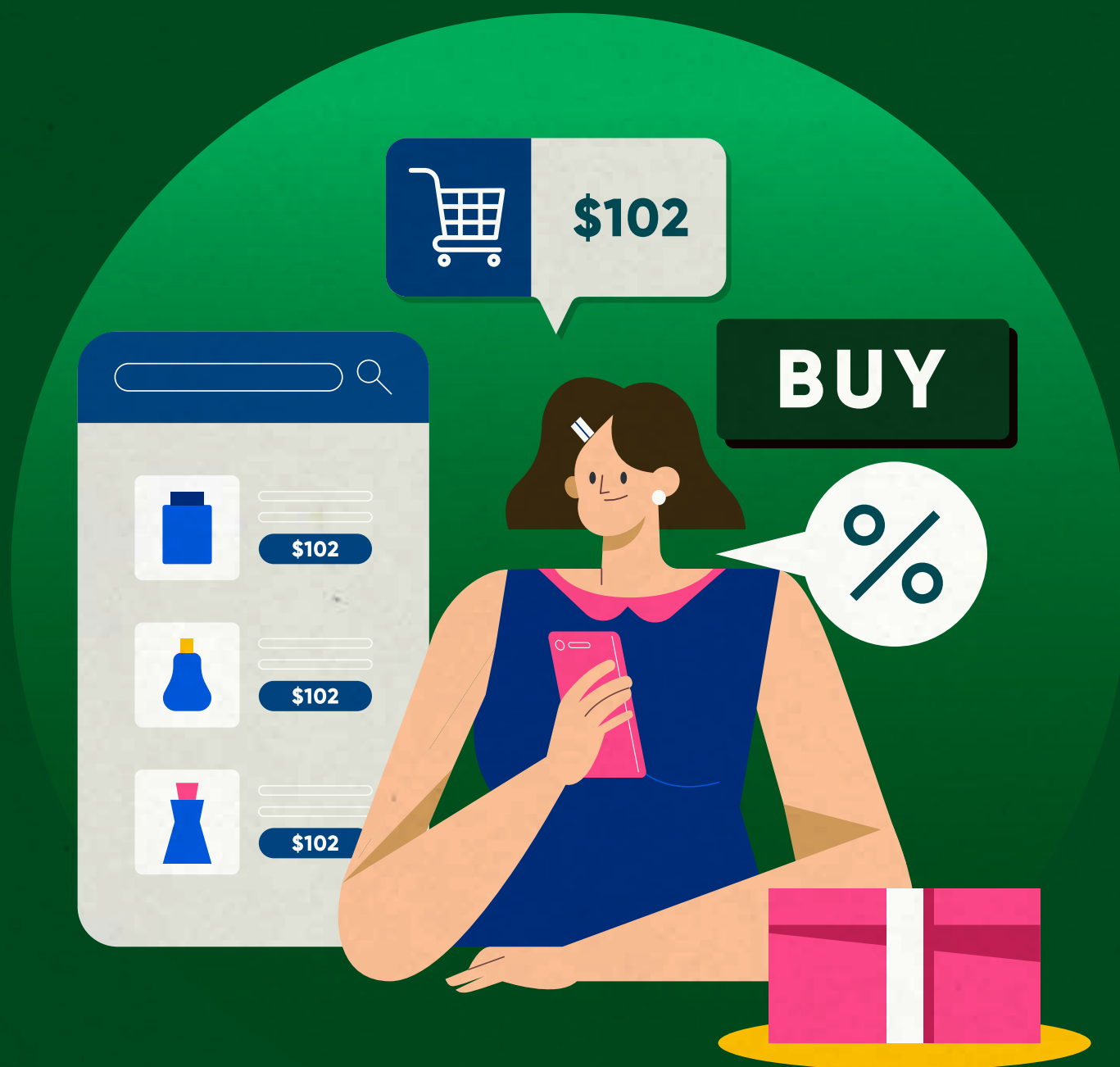




쿠키리스 시대, 국내 리테일 미디어의 부상

브랜드와 플랫폼이 여는 차세대 미디어

Deloitte Insights

“

디지털 광고는 쿠키리스 환경과 강화되는 개인정보
규제 속에서 구조적 변화를 맞이하고 있습니다.

이 과정에서 **퍼스트파티 데이터 기반 리테일
미디어는 글로벌과 국내 모두에서 빠르게 확산되며,
주요 광고 채널로 자리잡고 있습니다.**

그러나 성과 측정 체계의 불일치, 플랫폼별 파편화,
복잡한 운영 환경은 여전히 해결 과제로 남아 있습니다.
소비자의 기대 역시 단순 전환을 넘어 ESG와
지속 가능성, 책임 있는 메시지를 요구하는
방향으로 이동하고 있습니다.

앞으로 리테일 미디어는 기술 혁신,
전략적 파트너십, 변화하는 소비자 가치라는
세 가지 요인을 중심으로 발전해,
광고주·플랫폼·소비자 모두에게
새로운 기회를 열어갈 것입니다.

”

이대의 파트너

Customer 본부장 |
컨설팅 부문



쿠키리스, 광고의 구조적 전환

쿠키 없는 세상, 광고는 어떻게 달라지고 있나?



개인정보 보호 강화 + 브라우저 차단 정책
→ 외부 식별자 기반 광고, 한계 도달



브라우저 환경의 구조적 변화

사파리 ITP·파이어폭스 ETP로 쿠키 차단 확산



정밀 타겟팅의 약화

광고 성과 분석 자체가 점점 불투명해짐



새로운 기준: 신뢰 기반 데이터

브랜드에서 직접 수집한 데이터(퍼스트파티) 중심 전략

로그인·구매 데이터를 가진 플랫폼의 가치 상승

상세한 내용은 리포트 전문에서 확인하세요!

쿠키리스 시대의 대안, RMN

Retail Media Network

'광고 지면'이 아닌 '데이터 인프라'



유통·커머스 플랫폼이 보유한
구매·검색·장바구니 등 퍼스트파티 데이터로
타겟팅 → 노출 → 전환 측정을
한 번에 실행하는 폐쇄형(Closed-Loop) 광고 시스템

쿠키 기반 광고 VS RMN

쿠키 기반 디지털 광고

VS

RMN

데이터 출처

제3자 쿠키
(외부 추적)

로그인·구매 등
자체 보유
퍼스트파티 데이터

타겟팅 정밀도

사이트 간 추적 제약,
정확도 하락

상품·행동 단위까지
세분화 가능

성과 측정

크로스채널 불투명

구매 데이터로
실시간 전환 확인

플랫폼 역할

지면 판매 중심

데이터·마케팅 인프라 +
수익원

왜 지금 RMN 인가?

- ✓ 규제 대응: 동의 기반 데이터 활용으로 법적 리스크 최소화
- ✓ 효율성: 구매 직전 맥락에서 노출 → 전환율 상승
- ✓ 신뢰성: 운영·성과 측정 대한 투명한 데이터 구조 아래 검증 가능

글로벌 리테일 미디어로의 전략적 전환 사례

미국을 중심으로 디지털 광고 지출의 20% 이상이 RMN으로 흡수되었으며, 단순 광고 슬롯 판매가 아닌 **데이터·기술·콘텐츠가 결합된 광고 플랫폼**으로 진화중

대표사례

Amazon Ads	자체 DSP와 스트리밍까지 연계, 검색~브랜딩을 아우르는 풀퍼널 광고 인프라 구축
Walmart Connect	NBCU·TikTok·Roku 등 외부 미디어와 제휴, 플랫폼 밖으로 확장되는 광고 네트워크 운영
Target Roundel	앱·매장 데이터를 통합해 온·오프라인을 연결하는 Seamless한 캠페인 제공
Casetify	생성형 AI를 활용해 개인화 광고 소재를 대량으로 자동 생산, 캠페인 실험 속도를 획기적으로 단축

공통된 전환 방향

			
데이터의 자산화	기술의 결합	플랫폼의 확장	파트너십 강화

국내 리테일 미디어의 움직임

쿠팡, 네이버, 오늘의집, GS리테일, 카카오 등
주요 이커머스와 오프라인 유통사까지 잇따라 진입하고 있으며,
초기 단계지만 **성장 속도는 매우 빠름**

국내형 RMN의 차별점

콘텐츠 중심



리뷰·커뮤니티·영상에
광고를 자연스럽게 삽입

온·오프 통합



멤버십·POS·결제 데이터와
온라인 광고를 연결

메시징·결제 연계 생태계



카카오톡·카카오페이로
CRM과 광고를 통합

배송·물류 결합



구매부터 배송까지 고객의
구매 여정 전반을 추적

리테일 미디어의 미래

광고 효과 측정의 진화

데이터 활용의 재편

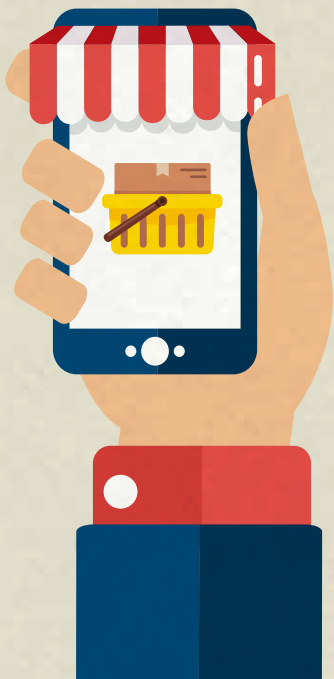
기술 융합의 가속

국내 시장 성장



포스트 쿠키 이후, 신뢰와 가치를 잇는
차세대 미디어 인프라

주요 과제



- ✓ 플랫폼마다 지표 달라 객관성 부족
- ✓ GDPR·CCPA·국내법으로 활용 범위 제약
- ✓ 광고 상품·플랫폼 증가로 파편화 심화
- ✓ ESG·지속가능성 같은 가치 소비 확대

리테일 미디어 활용 전략



성과 평가 표준화

글로벌 가이드라인 도입하여
신뢰할 수 있는 공통 기준 마련



프라이버시 중심 설계

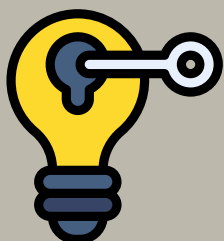
동의 기반 데이터로
규제를 넘어 경쟁력으로 전환



운영 자동화·고도화

API·AI·클린룸*을 활용하여
파편화 해소, 효율성과 확장성 동시 확보

*개인정보를 보호하면서 플랫폼 간 데이터를
안전하게 비교·분석할 수 있는 환경



가치 기반 메시지

ESG·지속가능성 요구를 반영하여
장기적 브랜드 신뢰와 충성도 강화

한국 딜로이트 그룹 전문가

Deloitte Digital: Marketing & Commerce

한국 딜로이트 그룹은 국내외 수많은 선도 기업을 대상으로 디지털 마케팅 전략 수립(PLAN), 전략 실행(DO), 성과 측정 및 개선(SEE) 전 과정을 아우르는 혁신적 컨설팅 서비스를 제공하고 있습니다. 데이터, 크리에이티브, 테크놀로지가 유기적으로 작동할 수 있도록 지원하며, 고객 여정 분석을 기반으로 한 맞춤형 전략 설계, 마케팅·세일즈·서비스의 디지털 전환 실행, 그리고 테크놀로지 기반 성과 관리까지 End-to-End 통합 솔루션을 제시합니다.

전문가로 구성된 디지털 마케팅 본부는 고객 특성과 산업별 니즈를 반영해 차별화된 고객 경험과 지속가능한 성장 전략을 설계하며, 마케팅·세일즈·서비스 전반의 디지털 전환을 지원하고, 복잡한 환경 속에서도 실질적인 성과를 이끌어내는 실행 중심의 솔루션을 제시합니다.



이대의 파트너

Customer 본부장 | 컨설팅 부문



02 6138 5507



charliedlee@deloitte.com



곽규종 파트너

Transformation Strategy |
컨설팅 부문



02 6676 3425



kkwak@deloitte.com



한경수 파트너

Customer 본부 | 컨설팅 부문



02 6676 3753



kyuhan@deloitte.com



김정민 파트너

Transformation Strategy |
컨설팅 부문



02 6676 3379



jungminkim@deloitte.com



앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 ‘**딜로이트 인사이트**’를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte.

Insights

성장전략부문 대표 손재호 Partner jaehoson@deloitte.com	딜로이트 인사이트 편집장 박경은 Director kyungepark@deloitte.com	Contact us krinsightsend@deloitte.com
연구원 조예원 Manager yewcho@deloitte.com	디자이너 박근령 Senior Consultant keunrpark@deloitte.com	

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.