



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY COMISIÓN DE INDUSTRIA PUBLICITARIA (CIP)

Miembros de la CIP:



A E A G P



anunciantes
Conectar para crear valor



uapds



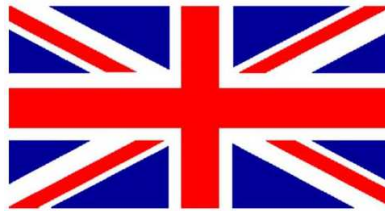


SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

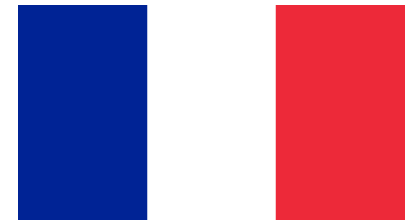
¿Por qué la CIP?



- 40% de inversión publicitaria
- +21% 2017



- 50% de inversión publicitaria
- +14,3% 2017



- 34,4% de inversión publicitaria
- +12% 2017

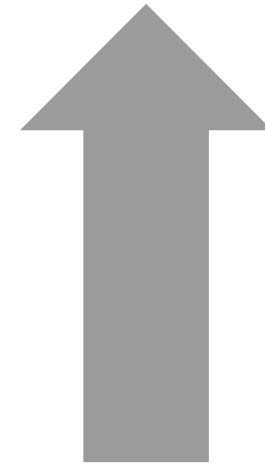


SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

¿Por qué la CIP?



- 1.708 millones €
- 30% del total de inversión publicitaria



+9,3% '17



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

¿Por qué la CIP?

Marc Pritchard, Chief Brand Officer de P&G, hace un claro llamamiento a la unión y la colaboración de la industria para alcanzar una distribución de medios transparente y pone de relieve la necesidad de adoptar estándares de visibilidad, la clarificación de la medición de terceros y la prevención de la publicidad fraudulenta



La WFA, Federación Mundial de Anunciantes, con más de 60 países representados, advierte a las marcas sobre invertir demasiado en marketing digital si la industria no toma medidas contra fraude

Lindsay Pattiso, CEO global de Maxus, ya en 2016 admite que los estándares de transparencia de las agencias no son suficientes





SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

¿Por qué la CIP?

- En 6 años hemos pasado de **21 millones a 616 millones** de internautas que utilizan adblockers
- **Para el 2025 el fraude digital puede alcanzar los 50.000 millones de dólares**, según ha estimado la WFA en su guía de fraude, e, incluso, si no se ponen medidas suficientes, podría ascender a los 150.000 millones de dólares
- **Las marcas perdieron en UK más de 700 millones de euros** en anuncios no vistos el pasado año (fuente Meetrics)



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

¿Qué es la CIP?

La Comisión de Industria Publicitaria (CIP) se constituye en marzo del 2017 con el objetivo de construir un entorno de diálogo y toma de decisiones que den respuesta de forma conjunta...



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

¿Qué es la CIP?



A E A G P



anunciantes
Comunicar para crear valor



iab spain





SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

Objetivos de la CIP

Mejorar la credibilidad, la seguridad y la transparencia en nuestra industria en general y, particularmente, en las prácticas publicitarias online

- ✓ Definiendo estándares
- ✓ Código/acuerdos de buenas prácticas
- ✓ Estableciendo controles
- ✓ Marcando compromisos a corto, medio y largo



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

Proyectos desarrollados por la CIP hasta el momento

- Guía de Estándares de Ad Viewability, **julio 2017**
- Anexo a la guía con recomendaciones generales en parametrización, certificación y homologación de herramientas por terceros independientes y auditoria de campañas por terceros independientes, **marzo 2018**
- Infografía de Estándares de Ad Viewability, **octubre 2018**



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

Objetivos del seminario

- Dar a conocer de forma detallada las acciones de la Comisión de Industria Publicitaria
- Presentaros la Guía y el Anexo
- Conocer de primera mano las iniciativas y proyectos internacionales
- Daros la oportunidad de debatir en la mesa que cerrará este seminario...



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

Objetivos del seminario

- Dar valor a los impulsos y acciones conjuntas...
- Mayor confianza en el medio digital, partiendo del conocimiento y del control...
- Que todos podamos trabajar con datos homogéneos, partiendo de mínimos...
- Un mayor entendimiento de las limitaciones técnicas y posibles soluciones...
- Compromisos de llevar a cabo las mejores practicas...



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

Próximos proyectos a desarrollar por la CIP

- Brand Safety y Ad Fraud
- Transparencia de Brand Safety y Ad fraud
- Experiencia de usuario



SEMINARIO GUÍA DE ESTÁNDARES DE AD VIEWABILITY

MUCHAS GRACIAS