

IAB SPAIN Y AIMC ANUNCIAN LOS PRÓXIMOS PASOS PARA LA MEDICIÓN ONLINE EN ESPAÑA

- **Definir y negociar una renovación del acuerdo con comScore, tras su alianza global con Kantar Media, el principal objetivo de la Comisión de Seguimiento formada por ambas instituciones.**

Madrid, 23 de marzo de 2015.- La Comisión de Seguimiento para la medición online, integrada por miembros del Interactive Advertising Bureau ([IAB Spain](http://www.iabspain.net)) y la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación ([AIMC](http://www.aimc.es)), se ha reunido para considerar la definición y negociación con el medidor de referencia actual una renovación del acuerdo vigente debido a la nueva alianza estratégica global que ha tenido lugar entre Kantar Media y comScore. Este planteamiento cuenta con el apoyo de las juntas directivas de ambas asociaciones.

La Comisión de Seguimiento ha propuesto la creación de un grupo de trabajo en el que se sientan representados todos los agentes del mercado y que “dibuje” un nuevo escenario que recoja las necesidades y prioridades actuales en la medición digital. El documento que se genere, con un asumible y adecuado dimensionamiento económico, será la base de negociación con el medidor actual para cerrar una revisión del acuerdo marco firmado en su día.

El formato del grupo propuesto tendría una composición similar a la de la Mesa de Contratación Digital creada en 2010, su perfil será eminentemente técnico y tendrá que estar definida antes de finales del próximo mes de abril. La Comisión de Seguimiento ha iniciado ya una ronda de consultas con los distintos sectores implicados para establecer cuál será la composición de dicho órgano.

El objetivo de la Comisión de Seguimiento es establecer una nueva hoja de ruta con hitos y fechas concretas de cumplimiento, recogiendo así mismo los procedimientos de evaluación y penalizaciones.

Sobre Interactive Advertising Bureau (IAB Spain)

IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) es la asociación española que representa al sector de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España. Con cerca de 200 asociados, representa al 95% del sector en nuestro país, y es la única asociación que engloba agencias de medios, agencias digitales, anunciantes, portales, redes sociales, blogs, redes publicitarias y de afiliación, buscadores, consultoras, televisiones, radios, grupos editoriales, email marketing, mobile, proveedores tecnológicos, digital signage, medidores, asociaciones, entre otros”. Su objetivo principal es la promoción del negocio digital en España. IAB Spain pertenece a la mayor red internacional del mismo nombre (IAB), con presencia en los 5 continentes.

<http://www.iabspain.net>

Sobre AIMC

[AIMC](http://www.aimc.es) es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con alrededor de 140 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados.

Más información: <http://www.aimc.es>

 [@aimc_es](https://twitter.com/aimc_es)