



VII Encuentro Internacional AIMC sobre Investigación de Medios

LOS MEDIOS IMPRESOS Y EXTERIORES CLAUSURAN LA PRIMERA JORNADA DEL VII ENCUENTRO DE AIMC

- Agustín Casado, Presidente de la AIMC, comunicó en primicia la aprobación del nuevo modelo EGM
- Los máximos responsables de los medios de comunicación, anunciantes y expertos en investigación de audiencias, estarán presentes los días 29 y 30 de noviembre en Madrid

Madrid, 29 de Noviembre de 2007.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha inaugurado esta mañana la séptima edición de su **Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**, donde expertos del mundo de la comunicación analizan la situación, el desarrollo y las tendencias vigentes, dando el 'pistoletazo de salida' al mayor foro sobre medios de comunicación y medición de audiencias del momento.

Agustín Casado, Presidente de AIMC, ha inaugurado el VII Encuentro en esta primera jornada dedicada a los medios electrónicos. Asimismo Agustín comunicó como primicia la aprobación, en Asamblea General Extraordinaria, del nuevo modelo EGM, que combina los datos multimedia con aplicaciones monomedia y ofrece al mercado, por un proceso de fusión de ficheros, un dato único.

En la ponencia, referente al caso español, Jaime Agulló (Director de I+D de SMG Iberia) y Juanjo Amorín (Director Gerente de 20minutos.es) han expuesto las primeras conclusiones de su informe sobre estandarización de la medición de audiencias digitales. Al respecto, han dejado claro que la creación de la mesa del mercado digital, amparada por IAB Spain y AIMC, tiene como objetivo definir las condiciones ideales de medición de audiencia, así como fomentar el aumento de inversión en el sector. Jaime Agulló ha puntualizado que *'se buscan medidas únicas, consensuadas y transparentes'* y ha pedido a los asistentes –como representantes del mercado- que sean ambiciosos en cuanto al objetivo inmediato de asumir lo que sea razonable y conveniente.

Esta segunda sesión, centrada en los medios impresos y exteriores, ha estado protagonizada por las ponencias de Irena Petric (Directora General de NOM y Media Craft Holanda) quien ha analizado minuciosamente el diseño de los medios impresos holandeses. El CEO de Mediacom Viena, Joachim Feher, ha profundizado en MediaScan, la nueva herramienta de medición par medios impresos.

Como punto a final a la primera jornada del VII Encuentro de la AIMC, encontramos a Elena Sánchez Fabrés, Directora adjunta a la Presidencia de GPS, que trató en profundidad la eficacia de las revistas como medio. Asimismo Massimo Corrado, Director General IBOPE AGB México, ha mostrado ante los asistentes la visibilidad y eficacia de los medios exteriores.

El encuentro, que organiza AIMC con carácter bianual, se divide en cuatro sesiones a lo largo de estos dos días: **Medios Electrónicos, Medios Impresos y Exterior** (ambas expuestas en esta primera jornada), **Multimedia e Investigación** y **Nuevos Medios Emergentes**.

El **VII Encuentro de AIMC**, que aborda los temas de máxima actualidad e interés sobre medios de comunicación y medición de audiencias, cuenta con un elenco de colaboradores de excepción como son Optimedia, Mindshare, Mediacom, 20 Minutos, Unidad Editorial y Conect.