

---

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

- **Una hoja de ruta, un marco contractual y un comité de seguimiento: próximas acciones para establecer el sistema de medición único en España.**
- **El principal objetivo de estos próximos pasos es que comScore inicie su labor a partir del 1 de enero de 2012.**

**Madrid, 23 de diciembre de 2011.-** Tras el fallo anunciado el pasado mes de octubre en el que el Interactive Advertising Bureau (**IAB Spain**) y la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (**AIMC**), ratificando la propuesta de la Mesa de Contratación bajo la coordinación de Deloitte, comunicaban la selección de comScore como empresa ganadora del concurso de medición online para conseguir un sistema de medición digital en el mercado español, ambas asociaciones han desvelado hoy los próximos pasos a seguir para que el medidor único se ponga en funcionamiento de acuerdo a los plazos previstos.

Desde las juntas directivas de IAB y AIMC se plantea la fecha del 1 de enero de 2012 como referencia para el inicio de la actividad. Ya está definida una **Hoja de Ruta** con el calendario de trabajo que recoge los hitos fundamentales comprometidos por el medidor.

Adicionalmente se ha redactado un **Marco contractual** donde se establecen los compromisos definidos previamente en la **Hoja de Ruta** a dos niveles:

- Convenio marco entre ambas asociaciones y comScore, con el que se definen las obligaciones básicas del medidor, así como el reconocimiento del comité de seguimiento.
- Este convenio se “traducirá” en un anexo a incluir en los contratos del medidor con sus clientes.

Por último, y como estaba previsto, se ha aprobado la constitución del **Comité de Seguimiento** que vigilará la implementación del calendario comprometido en la **Hoja de Ruta**. Este Comité tendrá un carácter técnico y reportará directamente a las juntas directivas de IAB y de AIMC. El Comité será el interlocutor con comScore, con los auditores y con el Comité de Clientes.

### **Sobre Interactive Advertising Bureau (IAB Spain)**

El Interactive Advertising Bureau (IAB Spain) es la Asociación que representa al sector del marketing, la publicidad y la comunicación en medios digitales en España. Esta organización engloba a los diferentes actores del panorama publicitario online: agencias de medios, agencias creativas, anunciantes, soportes, redes, buscadores, consultoras, medios de comunicación y proveedores tecnológicos. El fin de IAB Spain, que en la actualidad cuenta con más de 140 empresas asociadas, se centra en impulsar el desarrollo del marketing y de la publicidad interactiva en España.

<http://www.iabspain.net>

### **Sobre la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)**

**AIMC** es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 158 empresas asociadas, entre las que destacan 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.

<http://www.aimc.es>