



## **comScore è la prima società a offrire misurazioni accreditate da MRC sui GRP di campagne Video e Digital Display**

*comScore ha ottenuto la certificazione MRC per il modulo "Audience" di validated Campaign Essentials™, pacchetto che comprende anche vCE 2.0 Demography, Reach/Frequency e GRP*

**RESTON, VA, STATI UNITI, 21 aprile 2016** – comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) ha annunciato che il modulo "Audience" di validated Campaign Essentials™ 2.0 (vCE® 2.0) è stato certificato dal Media Rating Council (MRC)\*.

vCE® 2.0 è la soluzione che punta a mettere a disposizione tutta una serie di dati demografici sui consumatori quali età, sesso, etnia e dati comportamentali nell'ambito della misurazione di campagne digitali, consentendo il calcolo di reach, frequency e GRP. A seguito di tale traguardo, il pacchetto vCE® 2.0 comprende oggi due moduli (Audience e Validation) che hanno ricevuto la certificazione MRC. comScore è dunque la prima società a offrire misurazioni accreditate da MRC sul GRP per le campagne desktop, display e video, eliminando le impression non valide e non visualizzabili dai processi di misurazione.

**Josh Chasin, Chief Research Officer presso comScore**, si è detto *“estremamente soddisfatto che MRC abbia deciso di attribuire la certificazione al modulo Audience di vCE®.”* *“Con la certificazione di entrambi i moduli Audience e Validation, compratori e venditori potranno finalmente contare su uno strumento di misurazione, accreditato da MRC, con finalità di validazione delle campagne dal punto di vista della viewability e del calcolo dei GRP demografici. E il tutto a partire da un unico tag. Da cinque anni a questa parte, le informazioni sui GRP costituiscono il Sacro Graal delle misurazioni digitali; per tale ragione, ottenere una certificazione come questa rappresenta una conquista importante. Arrivata a seguito della certificazione MRC del servizio MMX di comScore, ottenuta quest'anno, tale certificazione sottolinea ulteriormente il nostro impegno in funzione della trasparenza, della comunicazione e dell'eccellenza operativa.”*

*“Desideriamo congratularci con comScore per il raggiungimento di questo traguardo importante, e siamo lieti che la componente Audience 2.0 del pacchetto vCE abbia anch'essa ricevuto la certificazione MRC, proprio com'era già toccato al modulo vCE® Validation,”* ha commentato **George Ivie, CEO Direttore esecutivo presso MRC**. *“L'ecosistema pubblicitario odierno è caratterizzato da livelli di complessità sempre crescenti, e un tale contesto impone alle società di ricerca di adattare le soluzioni offerte nell'intento di ottenere certificazioni rilasciate da organismi esterni. La certificazione MRC offre a inserzionisti e agenzie una conferma ulteriore della metodologia adoperata dagli strumenti di pianificazione, esecuzione e valutazione delle campagne, con il fine ultimo di raggiungere i rispettivi obiettivi di marchio.”*

Secondo **Sherrill Mane, Senior vice president di Analytics & Measurement presso Interactive Advertising Bureau**, *“oggi più che mai occorre definire metriche di misurazione della pubblicità digitale che siano paragonabili a quelle già in uso per altri mezzi di comunicazione. La collaborazione con MRC e altri organismi di settore ci ha permesso di muoverci proprio in funzione di tale obiettivo nell'ambito dell'iniziativa Making Measurement Make Sense (3MS).”* *“Non possiamo che congratularci con società come comScore che ricercano attivamente l'adattamento e la certificazione dei propri servizi e contribuiscono dunque ad accrescere il valore della pubblicità.”*

Conclude **Fabrizio Angelini, CEO di Sensemakers e rappresentante di comScore in Italia**: *“Il fatto che vCE2.0 sia la prima soluzione di valutazione integrata delle campagne on-line accreditata dal MRC sia per la componente di viewability che per quella di in-target è un grande riconoscimento. È inoltre la migliore conferma della nostra propensione a collaborare con gli organismi di certificazione per offrire al mercato misurazioni il più possibile trasparenti e affidabili. La certificazione riguarda il mercato USA ma vCE2.0 è esattamente la stessa soluzione che attualmente offriamo in Italia.”*

Il pacchetto vCE® Audience va a integrare l'offerta comScore di soluzioni con certificazione MRC, la quale comprende i prodotti vCE® Ad Validation, MMX™ e comScore Direct. Ulteriori informazioni sulle certificazioni e accreditamenti di terze parti sono disponibili alla pagina:

<http://www.comscore.com/About-comScore/Third-Party-Review>.

*\*vCE in DoubleClick è un prodotto distinto e non accreditato da MRC.*

\*\*\*

#### **A proposito di comScore**

comScore (NASDAQ: SCOR) è la società di misurazione cross-piattaforma che rileva con precisione le audience, i brand e il comportamento dei consumatori in tutto il mondo.

comScore ha completato la fusione con Rentrak Corporation nel gennaio 2016, per dare vita al nuovo punto di riferimento per un mondo dinamico e cross-piattaforma. Costruiti con precisione e innovazione, i nostri dati non hanno eguali: combinano informazioni proprietarie sul mondo digitale, sulla TV e sull'industria cinematografica con un vasto set di dettagli demografici, in modo da quantificare su scala globale il comportamento multischermo dei consumatori. Tale approccio aiuta le aziende nel mondo dei media a monetizzare interamente le proprie audience, e i marketer a raggiungere queste audience nel modo più efficace. Con oltre 3200 clienti e una presenza globale in oltre 75 Paesi, comScore fornisce già oggi il futuro della misurazione. Per maggiori informazioni su comScore, visita [comscore.com](http://www.comscore.com).

<http://www.comscore.com>  
@comScore

Ufficio stampa:  
**Mirandola Comunicazione**  
[www.mirandola.net](http://www.mirandola.net)

**Marco Ferrario**  
marco.ferrario@mirandola.net

Mob: +39 320 7910162  
Skype: marco.ferrario3  
Twitter: @marco\_ferrario3

**Daniele Gatti**

daniele@mirandola.net  
Tel: 0524 574708  
Mob: + 39 393 8108869  
Skype: daniele.gatti\_1