



## **comScore annuncia due importanti sviluppi: la misurazione del traffico via mobile per la fascia d'età 13-17 anni a partire da gennaio 2017 e il lancio di Video Metrix Multi-Platform nel secondo trimestre**

*comScore conferma il proprio impegno sull'Italia e potenzia le proprie misurazioni mobile e video per rispondere alle richieste del mercato*

Milano, 16 gennaio 2017 - comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) ha annunciato oggi due importanti novità di prodotto in Italia. La suite di prodotti di misurazione dell'audience di comScore (MMX Multi-Platform, MMX, Video Metrix, Mobile Metrix) sarà oggetto di un potenziamento metodologico e di processo a partire da gennaio 2017 (dati che saranno rilasciati nel mese di febbraio). Tutti i prodotti di misurazione dell'audience beneficeranno di questi cambiamenti che permetteranno di misurare e riportare i comportamenti dell'audience mobile di uno dei segmenti demografici più dinamici e attivi nell'utilizzo dei device mobili: quello che va dai 13 ai 17 anni.

Inoltre, per fornire l'analisi più completa della misura di video on-line, che è uno dei principali fattori di crescita dell'ecosistema digitale in tutto il mondo, comScore lancerà VideoMetrix Multi-Platform in Italia nel secondo trimestre del 2017.

A ottobre dello scorso anno, comScore aveva annunciato importanti innovazioni per l'Italia nelle proprie soluzioni per il mobile, MMX Multi-Platform e Mobile Metrix, con l'introduzione dei dati provenienti dal proprio panel di utenti mobile. Tali soluzioni combinano i dati dai panel desktop e mobile con i dati del network censuario di comScore, che intercetta globalmente oltre 1,8 trilioni di interazioni digitali al mese e il 94% dei dispositivi connessi a internet in Italia, al fine di fornire una vista unificata del comportamento delle audience su desktop e su mobile. Questo approccio unico fornisce una misurazione reale, basata sulle persone, della Total Digital Reach.

comScore oggi espande l'universo riportato su mobile, al fine di includere in Italia anche la fascia di età 13-17. L'universo di default su mobile rimarrà per tutti i mercati quello dei 18+, ma per i siti e le app che hanno implementato il tag di comScore sarà possibile misurare e rappresentare il traffico dell'universo 13+ e la relativa composizione demografica per genere ed età. Come conseguenza dell'allargamento dell'universo riportato, le entità taggate (la grande maggioranza delle principali property italiane) registreranno un aumento del traffico. La reportistica sull'universo espanso sarà disponibile come opzione aggiuntiva che i clienti potranno selezionare all'interno di Mobile Metrix.

Inoltre, comScore annuncerà la prossima settimana il lancio in UK di Video Metrix® Multi-Platform, che fornisce una misurazione unica e non duplicata del consumo dei video digitali

su desktop e sui device mobili, per dare ai clienti una visione più profonda di come, dove e quando i contenuti video vengono visti. Il lancio includerà anche l'introduzione della reportistica sui video mobile per YouTube e i canali dei suoi Partner, aiutando i creatori di contenuti a monetizzare meglio attraverso i canali di distribuzione le proprie audience cross-piattaforma.

Tale evoluzione di Video Metrix®, prodotto leader nella misurazione dei video digitali, permetterà ai clienti di:

- quantificare l'audience video totale, incrementale e non duplicata su smartphone, tablet e desktop;
- valutare la composizione demografica per età e genere sui diversi schermi;
- comprendere come varia l'engagement sulle diverse piattaforme per monetizzare e pianificare in modo più efficiente.

Video Metrix Multi-Platform, oggi disponibile in UK e USA, sarà lanciato in Italia nel secondo trimestre del 2017.

*“Siamo felici di annunciare due innovazioni attese da tempo dal mercato italiano” dichiara **Fabrizio Angelini, CEO di Sensemakers e rappresentante per l'Italia di comScore** “La nostra misurazione dell'attività svolta sui device mobili dal segmento demografico più giovane fornirà al mercato dati significativi su uno dei principali target per gli investitori che - molto spesso – definisce e anticipa le tendenze digitali. Su un altro fronte lo sviluppo di Videometrix Multiplatform rafforza la nostra leadership sul sistema di misurazione dei video on-line che, come testimoniano anche le operazioni societarie comunicate in questi giorni, è l'area pubblicitaria con il maggiore potenziale di crescita anche per la sua convergenza con il consumo di contenuti televisivi. Ancora una volta questi sviluppi confermano comScore all'avanguardia dell'innovazione: sfruttando la nostra architettura per l'analisi dei big data e l'avanzata tecnologia censuaria siamo in grado di superare i vincoli dei metodi tradizionali di ricerca come quelli, per esempio, che impediscono di reclutare persone minorenni nel panel. Tali asset ci consentiranno di introdurre nei prossimi mesi ulteriori significativi potenziamenti delle misurazioni, in un ecosistema che evolve molto rapidamente e ha quindi bisogno di risposte altrettanto veloci e innovazioni continue”*

\*\*\*

**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.

@comScoreEMEA

Ufficio stampa:

**Mirandola Comunicazione**

[www.mirandola.net](http://www.mirandola.net)

**Marco Ferrario**

[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net)

Mob: +39 320 7910162

Skype: marco.ferrario3

Twitter: @marco\_ferrario3

**Daniele Gatti**

[daniele@mirandola.net](mailto:daniele@mirandola.net)

Tel: 0524 574708

Mob: + 39 393 8108869

Skype: daniele.gatti\_1