

## **Lo sviluppo del servizio vCE Campaign Measurement di comScore punta ad aumentare trasparenza e responsabilità nel digital advertising**

*Prevenzione delle Frodi Pubblicitarie Sofisticata, Reporting Esteso e Promozione dell'Accreditamento di Terze Parti hanno aumentato la fiducia tra inserzionisti, agenzie ed editori*

Milano, 2 marzo 2017 - comScore ha annunciato oggi importanti innovazioni nello sviluppo della propria multi-piattaforma olistica che offre la misurazione dell'advertising, validated Campaign Essentials™ (vCE®). I miglioramenti includono la protezione contro le frodi sofisticate, nuovi accreditamenti del settore, reporting globale esteso e reporting per Facebook, Instagram e il network di partner di Facebook, con una user experience notevolmente migliorata.

Questi miglioramenti di vCE affrontano direttamente la crescente necessità di trasparenza nell'ecosistema della pubblicità digitale, consentendo agli inserzionisti di essere sicuri che i loro investimenti nelle campagne stiano raggiungendo il pubblico in target. Risolvere questo problema di fiducia nella pubblicità digitale aiuta anche a spianare la strada per la misurazione cross-piattaforma comparabile tra le campagne digitali e televisive.

*"Il messaggio era chiaro al recente Leadership Forum annuale di IAB: i principali inserzionisti richiederanno sempre più verifiche affidabili delle campagne da parte di terze parti", ha detto **Dan Hess, executive vice president of products di comScore**. "Dopo aver aperto la strada in questo mercato, siamo lieti di condividere i nostri continui progressi nell'accREDITAMENTO MRC, nella copertura del reporting, nel rilevamento delle frodi, e nella misurazione mobile e nell'usabilità - rafforzando la posizione di vCE come una soluzione avanzata e completa per il settore"*

*"L'ANA è molto soddisfatta della continua evoluzione di comScore per affrontare le esigenze di misurazione e rilevamento delle frodi dell'ecosistema del marketing", ha dichiarato **Bob Liodice, presidente e amministratore delegato della Association of National Advertisers**. "Siamo impressionati dal continuo sviluppo di strumenti sofisticati che elevano la fiducia dei marketers consentendo un miglioramento del processo decisionale."*

Con un unico tag integrato, vCE fornisce metriche complete sulla validazione di campagne e audience - quali consegna in target demografico, GRP (Gross Rating Points) validati, visibilità, traffico non valido (IVT) e brand safety - per campagne display e video su desktop e piattaforme mobile.

### **Protezione dalle frodi sofisticate**

Attraverso un team di analisi dati focalizzato sulla IVT e altre forme di frodi sulla pubblicità digitale, comScore continua ad espandere le sue capacità uniche per rilevare e filtrare tali attività. Mentre il rilevamento dell'IVT generale richiede solo una lista nera standard di IVT noti al settore, comScore applica informatica forense sofisticata per identificare forme precedentemente sconosciute di IVT che possono gonfiare o offuscare il traffico. Nel 4° trimestre 2016, ad esempio, la Sophisticated IVT (SIVT) ha rappresentato l'86% di tutto l'IVT rilevato e filtrato da comScore, a sottolineare l'importanza fondamentale per il settore di una rilevazione SIVT efficace.

comScore ha recentemente ricevuto [l'accREDITAMENTO per il rilevamento SIVT](#) e la filtrazione del traffico da desktop e web mobile sia per vCE che per Media Metrix®, rendendola la prima azienda a

fornire una filtrazione SIVT accreditata da MRC nella misurazione sia del contenuto che della campagna.

*"Il nostro rapporto di lunga data con comScore ha posto le basi per le garanzie di viewability e consegna all'audience che siamo stati in grado di mettere in atto lavorando con gli editori", ha detto **Heather Dumford, global marketing director for media and advertising technology di Conagra Brands**. "Siamo stati in grado di costruire su queste fondamenta per continuare a reprimere il traffico non valido e migliorare la qualità complessiva degli annunci, entrambi sono compiti essenziali che ci aiutano a raggiungere il pubblico giusto e i nostri obiettivi di business".*

### **Funzionalità di reporting estese**

comScore continua a estendere le capacità di vCE a livello globale, recentemente con [l'aggiunta della funzione verifica del raggiungimento del target della pubblicità via mobile in Canada, Regno Unito e Spagna](#). Ciò va ad integrare la misurazione globale di validazione dell'erogazione delle campagne mobile, in termini di viewability, IVT generale e sofisticata, consegna geografica, e brand safety.

Inoltre, con il miglioramento del reporting di vCE per Facebook, ora comScore può rilevare metriche di visibilità chiave per gli annunci pubblicati su [Facebook, Instagram e gli editori esterni nella Facebook Audience Network](#). comScore e Facebook stanno attualmente lavorando per allargare questa partnership aggiungendo la verifica del target demografico delle campagne per gli Stati Uniti attraverso queste properties di Facebook, con altri mercati che seguiranno durante il 2017.\*

### **Innovazione tecnologica a beneficio di editori, inserzionisti e fornitori di servizi**

comScore ha anche concentrato gli sforzi di sviluppo di vCE su un sostanziale miglioramento di produttività, prestazioni e facilità d'uso per i clienti nell'ecosistema dell'advertising.

A differenza di altre soluzioni che richiedono tag multipli per raccogliere tutte le metriche della campagna, comScore fornisce un singolo tag di misurazione olistica che raccoglie metriche di targeting e validazione dell'erogazione su desktop e dispositivi mobile, siti web e app, per formati video e display. Ciò riduce l'onere della messa in atto e l'impatto negativo sulle performance delle implementazioni multiple di tag.

Nel gennaio 2017 comScore ha anche rilasciato una versione aggiornata del kit di sviluppo software (SDK) per semplificare ulteriormente la strumentazione in-app e migliorare la copertura per le campagne mobile.

Infine, comScore sta migliorando la user experience di vCE attraverso lo sviluppo di una nuova interfaccia di reporting. Questa nuova interfaccia utente rende più facile per i clienti monitorare e ottimizzare le campagne in atto facendo emergere rapidamente le metriche più importanti relativamente a editori, posizionamenti e strategie. Esso permette inoltre agli utenti di utilizzare facilmente le norme vCE per confrontare il rendimento della campagna con i benchmark di settore. comScore prevede di mettere la nuova interfaccia a disposizione dei clienti entro l'inizio del secondo trimestre.

### **Certificazioni del settore recenti e riconoscimenti per vCE**

comScore ha una lunga storia di collaborazione con organismi di controllo di terze parti per ricevere la certificazione per i suoi prodotti. Recentemente, comScore ha annunciato [il rinnovo della certificazione da parte di ABC per la misurazione della display viewability](#), con ulteriori revisioni in

corso per la video viewability e l'anti-frode. Inoltre, comScore ha ottenuto il [sigillo di garanzia contro le frodi da TAG](#), oltre ad essere un [fornitore di Validated Digital Advertising Assurance \(DAAP\)](#) attraverso il Programma Antipirateria di TAG.

comScore lavora anche a stretto contatto con MRC per ottenere l'accreditamento per le sue offerte. Lo scorso anno, comScore ha proseguito sulla strada dei precedenti accreditamenti MRC per la convalida da desktop, estendendo funzionalità di misura aggiuntive tra i dispositivi. Oltre a diventare [la prima azienda ad offrire un rilevamento SIVT accreditato da MRC sia per la misura dei contenuti che per la campagna](#), comScore ha recentemente ottenuto due ulteriori risultati MRC:

- comScore ha recentemente ottenuto l'accreditamento da parte di MRC per [la misura della viewability da mobile](#) di vCE per gli annunci a tutto schermo, video, web, e in-app.
- comScore è stata anche la prima azienda ad offrire un [GRP visualizzabile accreditato da MRC](#) per le campagne display e video da desktop, e rimane l'unica soluzione accreditata ad oggi. Il modulo della società per l'Audience di vCE - che comprende il relativo reporting della campagna per età, sesso, demografiche sull'etnia basata sul comportamento, reach risultante, frequenza e GRP - ha ricevuto l'accreditamento MRC nell'aprile 2016.

Ulteriori informazioni su questi e altri accreditamenti alla pagina di comScore relativa a Certificazioni, Recensioni ed Accredimento di terze parti: <http://www.comscore.com/About-comScore/Third-Party-Review>.

\* Nota: le metriche vCE relative a Facebook non sono accreditate da MRC.

### **A proposito di comScore**

comScore OTC (OTC: SCOR) è la società leader nella 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 <http://www.comscore.com>

@comScoreEMEA

Filippo  
comScore,  
Tel: +44  
worldpress@comscore.com

Giorgio  
Inc.  
70923151

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

stampa:  
Comunicazione

Marco  
[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net)  
Mob: +39 320  
Skype:  
Twitter: @marco\_ferrario3

Ferrario

7910162

marco.ferrario3

Daniele  
[daniele@mirandola.net](mailto:daniele@mirandola.net)  
Tel: 0524  
Mob: + 39 393  
Skype: daniele.gatti\_1

Gatti

574708

8108869