

**IAB ITALIA LANCIA IL PROGETTO PER LA CERTIFICAZIONE  
DELLA QUALITÀ DELLE AUDIENCE PUBBLICITARIE ONLINE**

*Al via il Beauty Contest per individuare uno o più partner esterni  
con cui ideare un progetto di ricerca ad hoc*

Milano, 18 dicembre 2017 – IAB Italia annuncia un **Beauty Contest per individuare uno o più partner che permetteranno all’associazione di certificare la qualità dei bacini pubblicitari online**, attraverso la definizione e la misurazione degli opportuni parametri e la verifica del rispetto delle linee guida IAB.

Il tema della qualità nell’ambito dell’online advertising è cruciale per attirare nuovi investimenti e fornire agli utenti un’esperienza di fruizione sempre più appagante. Il mercato italiano si distingue nel panorama internazionale per essere tra i più virtuosi: i tassi di viewability sono tra i più alti nel mondo, mentre sono molto basse le percentuali medie di traffico fraudolento. Di riflesso, i navigatori italiani non sono forti utilizzatori di adblocker e i tassi di crescita di questo fenomeno fino ad oggi non destano allarmi.

Alcune elementi, però, meritano di essere considerati con attenzione.

Da un lato l’Italia resta una nazione TV-centrica in termini di investimenti pubblicitari e, per aumentare la fiducia degli investitori nei confronti di internet, si devono intraprendere iniziative di sistema. Il *Programmatic* non è ancora diffuso come in altri Paesi, digitalmente più evoluti, ma è destinato a crescere rapidamente; questa pratica, inevitabilmente, è vista come rischiosa da parte degli investitori, e questo rischia di generare una disaffezione rispetto al mezzo.

Gli investimenti su internet stanno crescendo ma a beneficiarne sono principalmente gli OTT e, in mancanza di un sistema di Certificazione della Qualità, gli altri editori non sempre hanno gli strumenti per valorizzare parametri come la cura dei contenuti, la bontà dei layout o la trasparenza sui dati di traffico.

In questo contesto il ruolo degli editori è cruciale, ma servono misurazioni oggettive, in grado di identificare le inventory che rispettano i più importanti parametri a tutela di brand e utenti.

È partendo da queste considerazioni che il Direttivo di IAB Italia ha ideato il progetto di certificare la qualità dei bacini pubblicitari online, che punta a fare chiarezza su alcuni temi sensibili per il mercato, come la brand safety dei contesti in cui la pubblicità viene erogata, la viewability degli annunci e l'utilizzo di formati pubblicitari più leggeri e rispettosi dell'esperienza di navigazione degli utenti (vedi i principi L.E.A.N. definiti da IAB nel 2016).

#### **CARATTERISTICHE DEL BEAUTY CONTEST**

*Il presente documento rappresenta un invito a presentare le proprie proposte ma non costituisce, in alcun modo, un'offerta al pubblico ai sensi dell'articolo 1336 del Codice Civile o una promessa al pubblico ai sensi dell'articolo 1989 del Codice Civile. Tale documento non fa quindi sorgere in capo ai partecipanti alcun diritto o pretesa risarcitoria qualora IAB Italia intendesse sospendere o non dare in qualunque forma seguito alla procedura di selezione.*

*La presentazione delle offerte è da intendersi a titolo gratuito e nessuna forma di rimborso spese o riconoscimento economico sarà dovuto ai partecipanti non selezionati.*

*Le offerte redatte sia in lingua italiana che inglese dovranno essere spedite entro il giorno 28 febbraio 2018 tramite lettera raccomandata con ricevuta di ritorno e inviate altresì via PEC a:*

*IAB Italia  
via A. Calabiana 6  
20139 Milano*

*[iabitaliasrl@lamiaptec.it](mailto:iabitaliasrl@lamiaptec.it)*

*IAB Italia potrà avvalersi della consulenza di una società terza di sua fiducia per la valutazione delle offerte.*

*Eventuali richieste di chiarimenti potranno essere inviate agli stessi indirizzi PEC di cui sopra entro e non oltre il giorno 20 gennaio 2018. IAB fornirà le risposte a tutti i quesiti pervenuti, e a tutti i partecipanti, entro il 31 gennaio 2018.*

#### **Requisiti degli offerenti**

*Il Beauty Contest è aperto a tutte le società le cui attività di valutazione della pubblicità on-line siano già certificate da un primario ente di certificazione internazionale tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo:*

- MRC;*
- ABC;*
- JICWEBS;*
- CESP;*
- AIM.*

#### **Oggetto delle Offerte**

*Le società offerenti dovranno dimostrare di possedere tecnologie proprietarie in grado di:*

- misurare i tassi di viewability degli spazi pubblicitari sul più ampio numero di formati e device;*

- *rilevare e filtrare comportamenti fraudolenti nei processi di erogazione delle impression pubblicitarie e traffico non umano anche di origine sofisticata;*
- *identificare e filtrare contenuti illegali e potenzialmente dannosi per i brand degli investitori (cd. Brand Safety);*
- *intercettare gli utenti che utilizzano un adblocker*
- *rilevare l'utilizzo di formati invasivi, non standard IAB/Coalition for Better Ads*
- *rilevare il rispetto dei principi L.E.A.N. definiti da IAB US, anche con riferimento ai livelli di affollamento pubblicitario*
- *definire un indice sintetico di qualità che tenga conto dell'incidenza dei suddetti fattori rispetto alla consistenza e alle caratteristiche delle audience*

*Ogni offerente dovrà presentare entro le scadenze suindicate una descrizione dettagliata delle attività da realizzare e un'indicazione specifica dei relativi costi e tempi di realizzazione.*

### **Criteri di selezione degli Offerenti**

*IAB a proprio insindacabile giudizio selezionerà il fornitore più adeguato sulla base dei seguenti parametri:*

- *comprovata esperienza internazionale e presenza sul mercato italiano;*
- *capacità di fornire e aggiornare benchmark almeno su base trimestrale;*
- *capacità di fornire il servizio e il supporto di assistenza necessario a tutti gli associati IAB Italia;*
- *costi e tempi di realizzazione.*

### **Informazioni su IAB Italia:**

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia raggruppa i più importanti operatori della pubblicità online in Italia ed è il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante associazione nel campo della pubblicità su Internet a livello mondiale. IAB è il punto di riferimento del settore per quanto riguarda la definizione e l'applicazione degli standard, lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni sul settore, la misurazione e la metrica.

L'obiettivo di IAB Italia è quello di contribuire allo sviluppo del mercato dell'advertising su Internet nel nostro Paese, promuovendo una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi nel nuovo media. Oltre a importanti attività di divulgazione dell'informazione, IAB Italia è particolarmente impegnato nel campo della definizione della metrica e della misurazione dei siti web, nella certificazione del fatturato dell'online advertising e nelle attività di ricerca.

IAB Italia fa inoltre parte del network IAB Europe, la federazione europea nata per favorire lo sviluppo del mercato dei media interattivi e il corretto sviluppo di questo settore nell'industria della comunicazione in Europa

### **Ufficio stampa IAB ITALIA**

Alessia Quaglio – [alessia.quaglio@bm.com](mailto:alessia.quaglio@bm.com)

Davide Pagnanelli – [davide.pagnanelli@bm.com](mailto:davide.pagnanelli@bm.com)

Burson Marsteller

Tel. 02 721431