

Madrid, 22 de abril de 2009

Ayer, 21 de abril tuvo lugar la clausura del Festival of Media, que desde el pasado domingo ha reunido a expertos internacionales de la industria de los medios en Valencia. Adconion ha sido patrocinador principal de esta plataforma para profesionales del marketing, agencias de medios y vendors.

Nick Higgins, Managing Director de Video de Adconion Media Group ha participado esta tarde en la sesión *Pioneering Communication Change*, en la que ha participado en una mesa de debate sobre las tendencias de la publicidad en Internet y donde se ha puesto de manifiesto la importancia de la distribución de contenido y su monetización como una de las categorías del 'nuevo marketing' en el que las redes publicitarias tienen una predisposición natural a entrar. Adconion dispone de Adconion.TV, una red de sindicación y monetización de vídeo lanzada en el tercer trimestre de 2008 y que ha distribuido, por ejemplo, la serie cómica *Back on Topps*, creada por la productora Vuguru de Michael Eisner (ex CEO de Disney) y que complementó, combinándola con publicidad rich media.

Según Higgins, la publicidad tiene que buscar nuevas áreas de crecimiento a través de nuevos formatos que atraigan a los usuarios y que den valor añadido a agencias y marcas; los vídeos de entretenimiento producidos por una marca son uno de esos formatos. Adconion ha dado decisivos pasos en este sentido. El año pasado lanzó RedLever, un estudio digital, que crea y distribuye vídeo para las agencias y anunciantes. Nick Higgins ha puesto el ejemplo de *Shop Girls of Madison Lane*, una mini serie para web enfocada al mundo de la moda, para la marca TRESemmé. Para Adconion, RedLever es la pieza de contenido dentro del engranaje que supone una *ad network* avanzada, unido al *reach* y al conocimiento y comprensión de la audiencia.

Otro de los aspectos que se han tratado en el encuentro es la naturaleza del consumo de vídeo a través de Internet, que está cada vez más fragmentado y, principalmente, se produce a través de un modelo "pull": se cuelga el contenido y es el usuario el que lo solicita a través de portales como Youtube o Metacafe. Higgins ha destacado cómo las *ad network* pueden distribuir vídeo de una marca –o cualquier tipo de contenido- a los usuarios de Internet desde cualquier sitio en el que estén navegando, bien sea en el correo, en una red social o leyendo el periódico. Así que este contenido relevante será más fácil de descubrir por el usuario, será más atractivo y relevante, y a la vez, de mayor valor para las marcas.

Su conclusión fue que algunas *ad networks*, con la tecnología que ya tienen en marcha, pueden impulsar la industria de la publicidad en Internet hacia adelante, además de estimular el crecimiento de la economía digital y propiciar avances en el consumo de contenido de manera paralela. Para hacerlo, en cualquier caso, deben evolucionar más allá del modelo en el que sólo distribuyen anuncios, o dicho de otro modo, ser algo más que redes publicitarias.

Sobre Adconion

Adconion Media Group (www.adconion.com) es la mayor red internacional e independiente de audiencia y contenido. Enfocada a crear alianzas estratégicas con agencias, Adconion les dota de una tecnología customizada y productos desarrollados en nuestra compañía alcanzando a audiencias masivas en distintas plataformas a través de una sola red. Adconion alcanza a casi 300 millones de usuarios únicos que todo el mundo, 1/3 de la población con acceso a Internet a nivel mundial.

En Estados Unidos, Adconion fue la red con mayor crecimiento –un 62,3%– en la comparación interanual de noviembre de 2008, según comScore Media Metrix. Adconion es también líder internacional en el desarrollo de modelo de red publicitaria par crear, distribuir y monetizar contenido en vídeo.

La compañía completó con éxito una ronda de financiación de 58,4 millones de euros (80 millones de dólares) en febrero de 2008, liderado por el fondo de capital riesgo Index Ventures, y ganó el premio de Investor AllStars al "Acuerdo más envidiado del año" 2008 además de ser incluido en la lista de las 100 empresas de tecnología más relevantes de Europa, elaborada por Library House.

Adconion tiene 16 oficinas en 7 países en todo el mundo, incluyendo Londres, Munich, Hamburgo, Dusseldorf, Nueva York, Los Ángeles/ Santa Mónica, Detroit, San Francisco, Brisbane, Chicago, Toronto, París, Madrid, San Diego, Sydney y Melbourne. Adconion es miembro de la IAB (International Advertising Bureau) y miembro fundador de IASH Europe.

Contacto Adconion:

Cristina Valbuena

E-mail: cvalbuena@adconion.com

Phone: 915 987 836

Mobile: 606 807 673

Fax: 911 817 685

Web: www.adconion.com

Contacto Grupo R:

Laura García Cuervo

E-mail: laura.garcia@grupor.es

Phone: 915 766 218

Mobile: 670 619 250

Fax: 913 913 653

Web: www.grupor.es