

## ARNDT GROTH: "INTERNET PUEDE LLEGAR A SER EL TERCER MEDIO EN INVERSIÓN PUBLICITARIA EN ESPAÑA EN 2010"

---

**Madrid, 3 de abril de 2009**

Ayer, jueves 2 de abril, Arndt Groth, el Presidente Europeo de Adconion Media Group, estuvo en OME, la feria de marketing interactivo que se celebró en Madrid. En su ponencia Groth analizó el papel de las redes publicitarias en España, la evolución de Internet como soporte publicitario y las tendencias de la publicidad en la red.

Según Groth, se está percibiendo un **cambio en la planificación en Internet** por parte de las agencias de medios y los anunciantes. Cada vez se otorga más importancia a la localización de las audiencias target a las que se quiere llegar. En este sentido, los Ad Networks jugarán un papel importante como aglutinadores de grandes volúmenes de audiencia sobre los que aplicar las nuevas capacidades de segmentación del medio, más allá de las audiencias limitadas de sites o portales individuales. Algunos Ad Networks permiten ya seguir a esas audiencias a través de distintas plataformas integradas, no sólo de un gran número de sites, sino a través de su comportamiento en buscadores, del correo electrónico etc... El *audience targeting* está consolidándose en el mercado como la vía para lanzar información publicitaria relevante al cliente. El presidente europeo de Adconion puso como ejemplo Estados Unidos, donde el *behavioural targeting*, ya supuso el 10% de los presupuestos de *display* en 2008 y tiene una importante previsión de crecimiento en la inversión total (según el estudio Ad Network Study 2008 elaborado por Collective Media): crecerá un 25% hasta 2012. Además muchas agencias (el 27,4%) afirman que lo van a utilizar durante este año. Para Groth, la tecnología será una de las claves que va a marcar la diferencia, aquellas redes que tengan ad-servers y desarrollos propios tendrán más posibilidades de diferenciación.

Adconion ha desarrollado un ad-server propio de 3ª generación enfocado al targeting y a la optimización en tiempo real de las campañas, segmentando las audiencias según su comportamiento online (sitios visitados, clicks, páginas vistas, transacciones, etc) y transformándolos en grupos según categorías de interés (hasta 40) que pueden ser localizados en su red.

En su ponencia, Groth también destacó la importancia que va a tener **la publicidad en vídeo** en el futuro. En España la generalización de la banda ancha está jugando un papel importante en la difusión de audio, vídeo y animación en Internet. Según él, la creatividad mantiene su nivel gracias al vídeo y tanto las agencias como los anunciantes empiezan a tenerlo en cuenta cuando ruedan un spot, no sólo en el formato sino también en la planificación de medios. En este sentido, se está experimentando un traslado de inversión del resto de medios hacia Internet, pero es en el caso de la televisión donde este movimiento tiene mayor sentido, ya que mantiene todas sus posibilidades creativas. Adconion ha realizado una importante apuesta por el vídeo en Internet, lanzando Adconion.tv, una plataforma que ya está funcionando en Estados Unidos y que va a ponerse en marcha en los próximos meses en Europa. La compañía ha adquirido además Red Lever, una productora de contenidos digitales que creará vídeo para sus clientes.

Arndt Groth abordó la actual situación de **crisis**, que ve como una **oportunidad para Internet**. Según él, los grandes grupos editoriales se encuentran ante el reto de conseguir nuevas fuentes de ingresos y están mirando a Internet como una vía para conseguirlos. Uno de los objetivos a medio plazo de Adconion será darles a los editores herramientas para monetizar sus contenidos en Internet. En un momento en el que la inversión publicitaria desciende en todos los soportes, en general, Internet sigue creciendo y Groth augura que en 2010 ya podría convertirse en el tercer medio en inversión, sólo por detrás de televisión y prensa. De hecho, mientras que en países como el Reino Unido la publicidad en Internet representa ya el 15% de la inversión total, en España supone sólo un 8,6%, lo que permite pensar en un crecimiento regular durante los próximos años hasta alcanzar cifras similares a los países de nuestro entorno.

### **Sobre Adconion**

Adconion Media Group ([www.adconion.com](http://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](mailto:cvalbuena@adconion.com)

Phone: 915 987 836

Mobile: 606 807 673

Fax: 911 817 685

Web: [www.adconion.com](http://www.adconion.com)

**Contacto Grupo R:**

Laura García Cuervo

E-mail: [laura.garcia@grupor.es](mailto:laura.garcia@grupor.es)

Phone: 915 766 218

Mobile: 670 619 250

Fax: 913 913 653

Web: [www.grupor.es](http://www.grupor.es)