

Índice de contenidos

1	Carta del Presidente	PAG. 03
2	Carta de la Directora General	PAG. 05
3	Misión de IAB Spain	PAG. 07
4	Nueva Sede	PAG. 8
5	Nueva Web	PAG. 9
6	Actividades de Marketing, Investigación y Eventos	PAG. 10
7	Actividades del área de Legal	PAG. 35
8	Comisiones y Grupos de trabajo	PAG. 45
9	Actividades del área de Formación	PAG. 47
10	Actividades apoyo de la Asociación durante el COVID 19	PAG. 53
11	IAB Spain en la red Internacional	PAG. 57
12	IAB Spain y sus Asociados en los medios de comunicación	PAG. 59









Carta del Presidente



Estimad@ asociad@:

uando comenzó el período de esta nueva Junta directiva, nada nos hacía pensar que el país y, con él, nuestro mercado, se iba a enfrentar a una situación inédita, de consecuencias imprevisibles y que iba a cambiar radicalmente los objetivos de este primer año, y probablemente de los próximos.

El curso "legislativo" se estrenaba con una asociación renacida y financieramente saneada. Fueron numerosos los cambios del anterior período conducentes a dotar a nuestra institución de una robustez que nos permitiera afrontar con liderazgo los numerosos retos que teníamos por delante. Una vez conseguido, y gracias al ingente esfuerzo desinteresado de los miembros de la anterior Junta, con Beatriz Medina como Presidenta, iniciábamos como digo el nuevo curso con la idea de consolidarnos como referente asociativo digital, y con tres objetivos principales: convertirnos en referencia digital para la administración, trabajar en fijar los estándares que regulen nuestro mercado y reforzar, por último, todos los servicios al asociado. En ello se puso a trabajar con entusiasmo esta Junta Directiva cuando, en marzo de 2020, todas las prioridades cambiaron y el mundo empresarial se vio envuelto en un Tsunami imprevisto que requirió de nuestra asociación una labor de acompañamiento, de información, incluso de consuelo para ayudar a nuestros asociados a sobrellevar la situación de la mejor manera posible.

Así, rápidamente, incluso antes de la proclamación del Estado de Alarma, tomamos las primeras medidas, como el aplazamiento del Festival Inspirational y la reformulación de las sesiones de formación y desayunos temáticos. Ya metidos en el Estado de Alarma, vimos que el mercado estaba necesitado de información para poder descifrar qué estaba pasando. Surgieron de esta manera varios estudios en los que cabe reseñar la ayuda desinteresada de los proveedores: el flash semanal y mensual de inversión y audiencias, con PwC, el de mancha publicitaria de Adjiin, el de tendencias de nPeople. Se organizaron webinars gratuitos con miembros asociados, que han sido extraordinariamente bien recibidos.

Se está trabajando en el lanzamiento de un programa de mentoring gratuito, para que los asociados puedan acudir si lo desean a mentores de probada experiencia en el sector que les puedan aportar ideas o sugerencias para todo lo relacionado con el marketing o la publicidad digital.

Se decidió posponer el cobro de la cuota del segundo trimestre para ayudar a los asociados a afrontar estos difíciles momentos. Creíamos que era ésta una obligación de la asociación, por mucho que tensara la situación de tesorería.

Se activó la "vía diplomática" para pedir al Gobierno medidas adoptadas por otros Estados Europeos como es la desgravación del 30% de los presupuestos publicitarios, una medida que considerábamos justa por no ser tan gravosa para las arcas públicas como subvenciones directas y que fue apoyada por la práctica totalidad del resto de asociaciones publicitarias. Lamentablemente, el Gobierno nunca dio acuse de recibo de la petición. También le hemos pedido la cancelación de la Tasa Digital y que esperemos a tener una homogeinización del impuesto a nivel europeo, ya que si no, (he incluido el tema de Europa también) va a afectar directamente a numerosas pymes españolas por mucho que se intente revestir como una defensa del ecosistema nacional

Han sido por tanto numerosas las iniciativas y medidas que la asociación ha tomado en tiempo record para cumplir con nuestro objetivo principal: ser útil al asociado, sobre todo en los momentos más complicados.



Mientras, hemos seguido por supuesto trabajando en el resto de temas claves para el futuro de la asociación. Estamos muy cerca de IAB Europe en todo lo relativo al TCF y su implantación en España, nos hemos acercado mucho más al IAB Tech Lab y montado un grupo específico de enlace para acercar sus iniciativas al asociado. Antes de la pandemia hemos viajado a Bruselas y entrado en contacto con europarlamentarios para defender nuestras posiciones en la regulación de cookies y el e-privacy, estableciendo una comunicación fluida que esperamos nos ayude a ser referente en determinadas tomas de decisiones. Estamos preparando un sistema de formación online, etc.

Todo esto no sería posible sin la fantástica dedicación del equipo de IAB Spain y la desinteresada involucración de los miembros de Junta.

Quisiera acabar deseando que los próximos meses nos traigan un punto de normalidad a la situación del país y de nuestro sector y nos permita reponernos tanto emocional como económicamente, y dándoos las gracias por vuestro apoyo, vuestra involucración y vuestra generosidad en estos tiempos difíciles.







Carta de la Directora General



Carta de la Directora General



Estimados asociados.

ámbitos comentados.

n año más ponemos a vuestra disposición la Memoria Anual de IAB Spain donde recogemos todo el trabajo realizado por la asociación y donde, como no podía ser de otra manera, los asociados tenéis un papel protagonista.

Un año muy especial para la asociación por el cambio de sede, la nueva web, los nuevos proyectos llevados a cabo, etc. pero también por el impacto que en IAB Spain y en todos nuestros asociados ha tenido el Covid-19. La crisis sanitaria es y será lo primero de lo que todos nos hemos preocupado, pero en segundo lugar la caída de la inversión publicitaria y el impacto comercial en nuestros asociados ha sido foco de ocupación de la Junta y staff de IAB Spain para tratar de ayudar, en lo posible, a las empresas asociadas.

Por ello, en la Memoria de este año hay un capítulo dedicado a todas las iniciativas y acciones que se desarrollaron de forma inmediata para apoyar a nuestros asociados, bien sea a través de webinars de formación gratuitos o de información, con informes de mercado o con escritos dirigidos a la Administración solicitando ayudas para el sector, etc. En este sentido, tengo que destacar la rapidísima respuesta de la Junta y el staff de IAB Spain que en tiempo record desarrollaron todo un plan de acción en los distintos

Queremos compartir también con vosotros los cambios y mejoras llevadas a cabo durante este año y que han revertido en una mejor atención al socio. De esta forma, en 2019 cambiamos de sede buscando mayor espacio, mejor ubicación y mayor versatilidad para alojar las Comisiones y Grupos de Trabajo, los encuentros y presentaciones, o la formación presencial que lleva a cabo IAB Spain. Pero no solamente el espacio físico de la asociación ha mejorado, sino también el virtual mediante una nueva web, con mejor navegación, más atractiva y con la información más clara y accesible para el socio.

2019 también ha marcado un antes y un después respecto al Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales, ya que hemos actualizado la metodología para hacerla más robusta y que recoja de manera más fehaciente la realidad de nuestro mercado. De esa forma, los días 12 y 13 de febrero de 2020 presentamos los resultados de 2019, siendo la primera IAB nacional en hacerlo y adelantándonos al resto de indicadores y estudios de mercado es-



pañol, compartiendo la buena noticia de que en España la cifra de inversión digital ha superado los 3.000 millones de euros por primera vez durante el pasado año.

Como no podía ser de otra manera, desde IAB Spain hemos continuado trabajando en los ejes clave de la asociación bajo la directriz de nuestra Junta Directiva: el desarrollo e impulso de estándares de industria, la formación de calidad a disposición de los profesionales del sector, la representación ante las administraciones nacionales y europeas de los intereses de nuestros asociados y la promoción y potenciación de la industria de la publicidad, la comunicación y el marketing digital en nuestro país.

Durante este año, además de las diferentes Comisiones y Grupos de Trabajo en activo, desde la Junta Directiva de IAB Spain se decidió potenciar el área de Relaciones Institucionales y la de Tecnología. Fruto de ese esfuerzo han

sido los diferentes contactos mantenidos en el área Institucional donde caben destacar las reuniones que se han desarrollado en la Unión Europea con representantes de distintos partidos políticos en el Parlamento Europeo y en la Comisión Europea. En el área de Tecnología se ha creado el grupo denominado Innotech, donde se abordan desde un punto de vista técnico aspectos clave como el TCFv2 o el proyecto REARC, y de forma más reciente, la colaboración en la Taskforce denominada "Post Third Party Cookies" de IAB EU.

La colaboración con el resto de asociaciones de la Industria en España, así como la contribución de IAB Spain a las distintas áreas de trabajo de IAB EU son, tanto para la Junta Directiva como para el staff de la asociación, una parte fundamental en nuestro empeño de que la voz de todos los asociados de IAB Spain tenga la presencia y el peso que les corresponde.

No me queda más que dar las gracias por el trabajo realizado, en un año especialmente duro, a todos y cada uno de los asociados que habéis contribuido, trabajado y ayudado a que IAB Spain sea referencia en la industria digital. A la Junta Directiva por su compromiso desinteresado con la Asociación donde muchas veces han tenido que sacar tiempo de donde no lo había para trabajar por la asociación. Y, como no, al staff de IAB Spain que con su implicación, motivación y ganas por el trabajo bien hecho, consigue que mejoremos día a día en el objetivo de dar al asociado el mejor servicio.





Misión de IAB Spain



Nueva sede



n Mayo, trasladamos la sede física de la asociación a las nuevas oficinas del Paseo de la Castellana 113. Unas oficinas más amplias y versátiles que nos permiten tener mayor capacidad para desarrollar las comisiones, grupos de trabajo, ruedas de prensa, eventos y encuentros que realizamos semanalmente. Con una capacidad máxima de 85 personas, contamos con diferentes salas que habilitan la posibilidad de tener distintas reuniones a la vez pero que, al mismo tiempo, nos permiten abrir el espacio de forma integral para acoger los eventos más concurridos.

Un espacio optimizado para el desarrollo de la formación presencial que llevamos a cabo en IAB Spain, haciendo posible una mejor experiencia tanto para el alumno como para el profesor.

Y situada de manera más accesible tanto en transporte público como en coche, para comodidad de nuestros asociados.

La sede de IAB Spain "respira", como no podría ser de otra manera, la Marca de la asociación y es el lugar idóneo para que nuestros socios se sientan en su casa, en su asociación.











MEMORIA _ JULIO 2019 2020 JULIO

Nueva web



n el mes de noviembre estrenamos la nueva web de IAB Spain con el objetivo de dar un mejor servicio al socio recogiendo toda la información, la documentación y los servicios disponibles de una manera sencilla y atractiva. Todas las áreas de trabajo de la asociación son accesibles mediante una estudiada usabilidad que optimiza la localización de los temas de interés para cada uno de los socios, al mismo tiempo que mantiene una coherencia de marca en los diferentes niveles de navegación.

La web de IAB Spain es herramienta de consulta y trabajo para nuestros asociados pero también para el mercado en general, y los datos recogidos desde su implementación así nos lo hacen ver. Esto, nos hace estar especialmente orgullosos de ella y mantenerla en constante evolución para seguir cumpliendo con las expectativas de todos vosotros.

DATOS DESDE SU IMPLEMENTACIÓN En noviembre 19 hasta junio20



















6

Actividades de Marketing, Investigación y Eventos



COMISIONES 2019/2020

B Spain ha potenciado la actividad de las Comisiones para continuar contribuyendo al desarrollo de la industria digital de nuestro país. En estas Comisiones y en los Grupos de Trabajo que las componen, se han desarrollado los estudios de mercado, libros blancos, infografías, papers, etc.... que son pieza angular de la asociación y referente para el mercado digital español.

En la actualidad, las Comisiones que se reúnen en torno a IAB Spain son:

- Agencias Creativas
- Agencias de Medios
- Audio Online
- Branded Content
- Data
- DOOH
- eCommerce
- Esports
- Influencers
- Medios de Comunicación

- Mobile
- Programática
- Publicidad Nativa
- Redes Sociales
- TV Conectada
- Video Online
- Legal: Privacidad y Protección de datos
- Legal: Propiedad intelectual
- Legal: Audiovisual. Branded Content e Influencers
- Legal: Blockchain





JULIO



Presentación del Estudio anual de eCommerce 2019 / 4 julio

B Spain ha presentado el Estudio Anual de eCommerce 2019, cuyo principal objetivo es medir la evolución y tendencias principales del mercado del eCommerce en España. El estudio, liderado por la Comisión de eCommerce, se ha realizado junto a Elogia y se ha presentado en el Havas Village gracias a la colaboración de Havas Group.







Jornada de Redes Sociales en Barcelona / 9 de julio

Spain ha organizado en Barcelona, en el espacio de la antigua Fábrica de Estrella Damm, la Jornada de Redes Sociales 2019 para dar respuesta a preguntas como cuál es el uso que hacemos de las RRSS; qué Redes tienen más usuarios o cuáles son las nuevas tendencias. La jornada ha comenzado con la Presentación del Estudio

anual de Redes Sociales 2019, elaborado por Elogia y patrocinado por Adglow para, a continuación, presentar el Observatorio de Marcas en Redes Sociales 2019. La Jornada ha terminado con una Mesa Redonda de anunciantes donde se han debatido las diferentes estrategias y experiencias con las RRSS de cada una de ellas.



Consulta la noticia aquí. Descarga el Estudio de RRSS aquí. Descarga el Observatorio de marcas en Redes Sociales aquí.







Primera edición del ATM (Ad Tech Marathon) 10 y 11 de julio

ecnologías especializadas en Data, Programática, Vídeo, Audio, Publicidad Nativa, Influencers, eSports y Gamming se han dado cita en la primera edición del encuentro ATM (Advertising Tech Marathon), un maratón de tecnologías enfocado a enfocado a agencias y anunciantes y al mercado en

general con el objetivo de obtener un conocimiento estratégico sobre las adtechs. A lo largo de dos sesiones y bajo el formato de pitch business offer, un total de 37 compañías tecnológicas han participado explicando en 10 minutos las bondades y valor diferencial de su tecnología, herramienta y/o plataforma.





Consulta la noticia aquí. Descarga el documento aquí.



JULIO



IAB Spain participa en la elaboración de la Guía para mejorar la Experiencia del Usuario con la Publicidad Digital (CIP) / 30 de julio

omo parte integrante de la Comisión de Industria Publicitaria (CIP), IAB Spain ha participado en la elaboración de la 'Guía para mejorar la Experiencia del Usuario con la Publicidad Digital 2019'. La Guía tiene el objetivo de unir a la industria publicitaria para que desarrolle su actividad de forma plena y segura, creando un mejor y más equilibrado ecosistema de marketing digital, y consiguiendo la mejor percepción de la publicidad en el medio, es decir, más optimizada y menos intrusiva.



Consulta la noticia aquí.

Descarga la Guía para mejorar la Experiencia del Usuario con la Publicidad Digital aquí.





SEPTIEMBRE 2019



IAB Spain participa en la mesa redonda "Tendencias del sector", enmarcado en la jornada "Native Day" - "Hacia una publicidad nativa más eficaz", organizada por Microsoft News y Taboola. / 17 de septiembre

a participación de IAB Spain, en este caso a través de nuestra COO, Belén Acebes, es activa también en los eventos de sus asociados como Microsoft y Taboola. En esta ocasión, IAB Spain comentó las tendencias basadas en su Informe anual Top Tendencias Digitales que presentamos siempre a final de año, para después participar en la mesa debate con el mismo tema, las tendencias del sector.







Actividades de Marketing, octubre 1 2019



Presentación del Estudio de eCommerce 2019 en la Jornada Retail celebrada por Microsoft / 9 de octubre

Spain y Microsoft han celebrado un encuentro específico para expertos del sector Retail en el que la Directora de Operaciones de la Asociación, Belén Acebes, ha compartido los resultados del informe de FCommerce 2019 elaborado por IAB Spain.







Actividades de Marketing, la cotubre la cotu



Presentación del Estudio Millennials vs. Generación X / 16 de octubre

B Spain ha presentado en la sede de su asociado Verizon Media, el estudio que analiza si hay o no diferencias significativas en el entorno digital de uso y consumo entre la GeneraciónX y los Millennials, entendiendo los intereses de cada uno de ellos y desgranando sus hábitos. El estudio ha estado patrocinado por Verizon Media y elaborado por Smartme Analytics.







NOVIEMBRE 2019



Jornada Influencers. Presentación del Libro Blanco de Marketing de Influencia / 6 de noviembre

I lanzamiento de este primer Libro Blanco de Influencers ha supuesto un impulso más para acelerar el crecimiento económico de la publicidad digital. No solo porque se concibe como una guía a la hora de plantear una campaña con influencers sino porque también acerca a los anunciantes a este sector, entendiendo los retos y las novedades que lleva asociado. A la presen-

tación del Libro Blanco realizada en el Havas Village de Madrid, e impulsada por la Comisión de Influencers de IAB Spain, le han seguido tres mesas de debate:

Mesa sobre marketing de influencia:
participada por Ana Isabel Esteban
Domínguez, Responsable de
Medios de publicidad en Telefónica
de España; María Bretón, Head
of Social & Influencer Marketing
GroupM España; Javier Yuste CEO







Consulta la noticia <u>aquí</u>.

Descarga el Libro Blanco <u>aquí</u>.



NOVIEMBRE 2019



Jornada Influencers. Presentación del Libro Blanco de Marketing de Influencia / 6 de noviembre



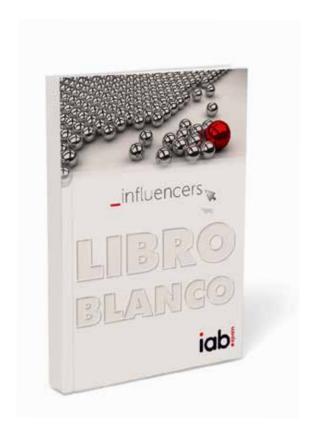
& Co-founder en Binfluencer y los influencers Fizpireta, Mery Turiel y LMD_Show moderados por Fátima Sánchez, Head of Business Development en 2bTube.

Mesa sobre tendencias:

Integrada por Ernesto Ibarra, Sales Manager & Country Launcher de Reech; Juan Antonio Roncero, Innovation Manager & Co Founder de SocialPubli; María Bretón, Head of Social & Influencer Marketing GroupM España; Luis Movilla, Director Branded Content & Experience de Animal Maker y Ana Moreno, Directora de Branded Content en Antevenio, moderados por Sergio Barreda, CEO de Keeper Experience.

Panel de Plataformas:

Compuesto por Gema Núñez,
Advertising Industry Relations
Manager de Google representando
a YouTube y Daniel Nuñez, Product
Marketing Manager de Facebok
representando a Facebook y YouTube.





Consulta la noticia <u>aquí</u>.

Descarga el Libro Blanco <u>aquí</u>.



NOVIEMBRE 2019



Jornada de TV Conectada y Presentación del Estudio anual de TV Conectada 2019 / 20 de noviembre

on el objetivo de dimensionar el mercado de la TV Conectada en España y descubrir las oportunidades de negocio del formato, IAB Spain ha presentado, celebrando una jornada, en la sede de nuestro asociado GroupM, el Estudio Anual de TV Conectada 2019, liderado por la Comisión de TV Conectada. Tras la presentación de los datos correspondientes al Estudio anual de TV Conectada, patrocinado por Agile TV y SmartAdServer y elaborado por nPeople, se ha celebrado una mesa de debate en la que han participado: Mónica Rayo, COO & Founder de Agile

Content; Juan M. Álvarez, Country Manager de Smart AdServer; Ana María Alonso, Gerente de Medios e Investigación Comercial de Grupo MÁSMÓVIL; Clara Serrano, Research & Insights Director de Arena Media Barcelona; Raquel García, Head of Media Buying de Smartclip; Irene Soldevilla, Responsable de Publicidad Digital en CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals- TV3); Manuel Rodríguez, Head of Advertising Cloud en Adobe; La mesa ha sido moderada por el Presidente de la Comisión de TV Conectada, Víctor Solís (FreeWheel).



Consulta la noticia <u>aquí</u>. Descarga el Estudio anual de TV Conectada <u>aquí</u>.







Presentación del Estudio DOOH 2019 / 27 de noviembre

B Spain ha presentado, en la sede de la Asociación, el Estudio Anual de Digital Out Of Home 2019, realizado junto con Elogia. El objetivo de este estudio se centra en analizar el conocimiento y uso de la publicidad digital outdoor e indoor, identificar cómo puede afectar al proceso de compra y la percepción de las marcas y retailers y descubrir cuáles son los contenidos más relevantes en una pantalla DOOH.





6

Actividades de Marketing, Investigación y Eventos

NOVIEMBRE 2019



French Tech Days Iberia / 28 de noviembre

Spain ha jugado un papel destacado en French Tech Days Iberia 2019, el evento privado que reúne a las mejores startups de Francia y las principales empresas de España. Su Directora General, Reyes Justribó, ha participado como Jurado en la sesión de pitch elevator donde las diferentes startups participantes han expuesto sus propuestas de valor.

Además, IAB Spain ha desarrollado una Mesa Redonda donde el Presidente de IAB Spain y CEO de Smartclip, Ángel Nebot; César Alonso, miembro de la Junta Directiva de IAB Spain y Director de Medios de Telefónica de España; Manuel Mercader, CEO y cofundador de Contversion y Sonia Paz, Business Transformation Officer de Havas España, han discutido sobre la optimización de la relación con el cliente para generar valor a través de la data y la tecnología.







DICIEMBRE 2019



Jornada Publicidad Nativa y Branded Content / 4 de diciembre

mpulsada por la Comisión de
Publicidad Nativa y Branded
Content y de la mano de su
Presidenta, la Managing Director de
Hotwire, Ludi García, IAB Spain ha
celebrado la Jornada Branded Content
y Publicidad Nativa con la intervención
de profesionales como Ana Gómez,
Product Owner de Contenidos e

Identidad de BBVA España; Paula Ávila, Content Marketing Manager Telefónica; Luis Quintana, Director Área Branded Content Publiespaña; Fernando Sánchez, Director Comercial Prisa Content; Paloma Bravo, Directora de Estrategia de Contenidos en CM Vocento y Antonio Sangrador, Gerente de Producto Digital en Atresmedia.









Lanzamiento Top Tendencias Digitales 2020 / 19 de diciembre

n año más, IAB Spain lanza Top Tendencias Digitales 2020, el documento de referencia para la industria digital, capaz de sintetizar una visión global del mercado y las claves del negocio en 2020.







Descarga Top Tendencias Digitales 2020 aquí.



ENERO



Presentación del Observatorio de Publicidad Digital Retail Gran Distribución / 22 de enero

Spain ha presentado, en AB el espacio "Le Garaje" de nuestro asociado Publicis, el Observatorio Digital de Marketing del sector Retail, cuyo objetivo es ofrecer una visión completa del marketing digital del sector retail, a través de sus 12 categorías, comenzando, en esta primera edición, por una de ellas: Gran Distribución. Este informe está elaborado por nuestros asociados: Adjinn, Comscore, Epsilon Technologies, Smartme Analytics y T20 Media.





Consulta la noticia aquí. Descarga el Observatorio de Publicidad Digital Retail aquí.



ENERO



Jornada Presentación del Estudio de TV Conectada en Barcelona / 29 de enero

as la presentación de los datos correspondientes al Estudio anual de TV Conectada en Barcelona, en la sede de nuestro asociado TV3, patrocinado por Agile TV y Smart AdServer y elaborado por nPeople, se ha celebrado una mesa de debate en la que han particicipado: Mónica Rayo, COO & Founder de Agile Content; Juan M. Álvarez, Country Manager de Smart AdServer: Ana María Alonso. Gerente de Medios e Investigación

Comercial de Grupo MÁSMÓVIL; Clara Serrano, Research & Insights Director de Arena Media Barcelona: Raquel García, Head of Media Buying de Smartclip; Irene Soldevilla, Responsable de Publicidad Digital en CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals - TV3); Manuel Rodríguez, Head of Advertising Cloud en Adobe: La mesa ha sido moderada por el Presidente de la Comisión de TV Conectada. Víctor Solís (FreeWheel).





Consulta la noticia aquí. Descarga el Estudio de TV Conectada aquí.



FEBRERO 2020



Presentación del Estudio anual de Inversión Publicitaria en Medios Digitales (Madrid y Barcelona) / 12 y 13 de febrero

Byain, junto con PwC ha presentado en Madrid, en la sede de nuestro asociado Repsol, el Estudio Anual de Inversión Publicitaria en Medios Digitales 2019. Inaugurada la sesión por nuestro presidente, Ángel Fernández Nebot, la presentación ha corrido a cargo de Belén Acebes, COO de IAB Spain e Iñigo Amezqueta Sainz, Gerente de Consultoría de Entretenimiento y Medios de Comunicación en PwC.

A continuación, se ha celebrado una mesa de debate en la que líderes del sector de agencias, medios y anunciantes han hecho una valoración de las tendencias de la industria digital en España, su evolución y perspectivas de futuro. Moderados por Alberto Gutiérrez de León-Sotelo, Director Responsable de Consultoría de Entretenimiento y Medios de Comunicación en PwC, el debate ha contado con las intervenciones de Cristina Burzako, directora de Comunicación y Marca de Telefónica España; Rafael Martínez de Vega, director general de CM Vocento y Cristina Rey, CEO de Carat.







Consulta la noticia <u>aquí</u>.

Descarga el Estudio anual de Inversión
Publicitaria en Medios Digitales <u>aquí</u>.





FEBRERO 2020



Presentación del Estudio anual de Inversión Publicitaria en Medios Digitales (Madrid y Barcelona) / 12 y 13 de febrero



Un día más tarde, se ha realizado la presentación de la mano de Belén Acebes y Pablo Armiñana, en la sede de nuestro asociado Adevinta en Barcelona, abriendo la sesión nuestro Vicepresidente Tacho Orero. A continuación, se ha celebrado una mesa de debate integrada por Pablo de Porcioles, Director Adjunto de Godó Strategies; Àngels Escobar, Directora General de Arena Media Barcelona y Carlos Bosch, Iberia Media Director de Danone SA, bajo la moderación de Alberto Gutiérrez de León-Sotelo.





Consulta la noticia <u>aquí</u>.

Descarga el Estudio anual de Inversión Publicitaria en Medios Digitales aquí.



MAYO 2020



Jornada y Presentación en formato digital del Estudio anual de Audio Online / 13 de mayo

Spain, junto con nPeople y los socios patrocinadores, IKI Media y t2ó, han presentado en formato digital y por primera vez en IAB Spain, el Estudio Anual de Audio Online 2020 de la mano de Belén Acebes, COO de IAB Spain, Rosario Borrego, Directora de Investigación de nPeople, Córdoba Ruiz, Directora General de IKI Media y María Castellanos, CMO de t2ó. A continuación, se presentó el caso de éxito de LoMónaco de la mano de María Castellanos y por último Córdoba Ruiz cerró la presentación resumiendo los retos y las tendencias del Audio Online en España.





Consulta la noticia aquí.

Descarga el Estudio Anual de Audio Online <u>aquí</u>.

Accede a la presentación en nuestro canal de YouTube <u>aquí</u>.



6

Actividades de Marketing, Investigación y Eventos

Eventos

Desayunos temáticos y Jornadas



emos registrado una media histórica en celebración de Desayunos Temáticos y Jornadas de contenido en IAB Spain entre los meses de septiembre a marzo, con un incremento del 40% de actividad y más de 1.800 asistentes presenciales, ofreciendo un amplio escaparate a nuestros asociados y dando un gran impulso al sector digital con temáticas de gran interés para la industria.







Eventos

Desayunos temáticos y Jornadas

MAR BBVA, Fundación Ana Bella, Saturdays AI, Google).





2019 -		2020	
13 SEP	Madrid: Caso de éxito en redes sociales (Epsilon & Grupo Ybarra)	17 ENE	Madrid: Los eSports como nuevo territorio para las marcas. (Movistar Riders, Gaming House Media, Mahou y Publicis Media)
20 SEP	Madrid: Inteligencia Artificial aplicada al marketing (Making Science) Barcelona: ¿Cómo gestionar marcas en entornos globales? (Good Rebels & Royal Caribbean Cruises)	24 ENE	Madrid: Ciberseguridad. Asignatura pendiente para las empresas españolas. (Google y Virus Total)
26 SEPT		7 FEBR	Madrid: Conectar rutas de clientes Online y Offline: La Medición end to end. (Jellyfish)
4 ост	Madrid: Protección de marca online, una nueva necesidad de los anunciantes (Smart Protection)	7 FEBR	Barcelona: La evolución de la monetización basada en datos para editores. (Marfeel, Voxpopuli y AIC)
18 OCT	Madrid: ¿Cómo lanzar la campaña de influencers perfecta? (Making Science)	14 FEBR	Madrid: Conectar con Generación Z y Millennial a través de las Redes Sociales. (Freeda Media)
30 OCT	Madrid: Paid social & Programática en la generación de leads. Caso de éxito. (Adbibo y Bubblefish)	18 FEBR	Madrid: Metodologías innovadoras. Cambia de mindset para cambiar tu empresa. (The Valley e Inboldlab)
8 NOV	Barcelona: Conectar rutas de clientes online y offline-Medición end to end. (Jellyfish)	21 FEBR	Madrid: ¿Cómo trabajar con prescriptores en eSports?. (Social Publi, Black Zebra y NovoxGamer)
28 NOV	Madrid: Jornada French Tech Days (IAB Spain & Embajada de Francia en España)		Barcelona: Cómo la programática consigue mejorar la experiencia y personalización de las pantallas digitales de publicidad exterior. (Accenture Interactive, Clear Channel, Meliá
29 NOV	Madrid: ¿Cómo se enfrenta el consumidor al nuevo mundo en el que vivimos? Caso de éxito Gillette. (Hotwire y P&G España) Madrid: Jornada Branded Content & Publicidad Nativa (BBVA, Telefónica, Publiespaña, Prisa, CM Vocento, Atresmedia, Unidad Editorial, Hotwire).	26 FEBR	Hotels International, Eulerian Technologies) Madrid: Blockchain e Inteligencia artificial aplicada al marketing
4			
		28 FEBR	Madrid: ¿Qué buscan las marcas con el marketing digital? (Adjinn, Caixabank, Worten, Microsoft, Datmean, Xandr).
		6	Madrid: Jornada Mujer & Tecnología (Freeda, Innuba, Yoigo,





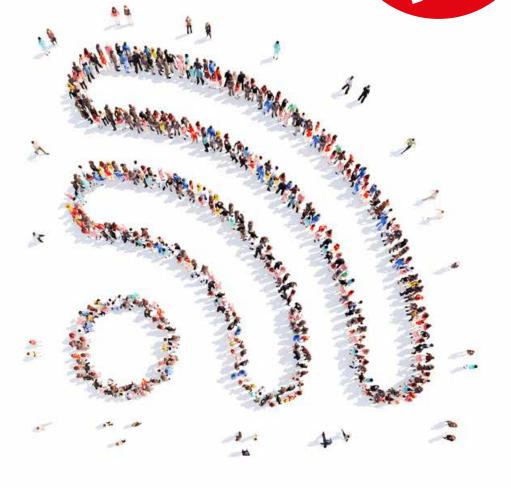
Actividades de Marketing, Eventos Investigación y Eventos Webinar

Eventos
Webinars Online





on la llegada del Covid-19 y el estado de alarma, desde la Asociación buscamos, e instauramos de forma rápida y eficaz, alternativas para poder seguir ofreciendo contenidos de interés a nuestros asociados y a la industria entera, abriendo nuevos territorios en toda España y la comunidad de LATAM, teniendo más de 30 webinars en dos meses y medio, impactando 10.000 personas en directo y en nuestro canal de Youtube.







Eventos Webinars Online





Link Webinars, vuelve a verlos

19 MAR	Tus ingresos o tus lectores: cómo aumentar los ingresos sin dañar la experiencia de usuario (Marfeel & Voz populi)
25 MAR	Gestión de Crisis en época de Coronavirus: Redes Sociales (Making Science)
26 MAR	Keep Save: Teletrabajo e Internet (Making Science)
31 MAR	¿Cómo impacta el COVID-19 en las marcas y la industria publicitaria? (Good Rebels)
14 ABR	¿Cómo hacer del paid social y la programática la mejor solución para el reto de la generación de leads? (Caso de éxito) (Adbibo & Bubblefish)
16 ABR	Publicidad Premium en YouTube (2bTube)
17 ABR	Transforma tu estrategia digital con DCO (Adform & Melia Hotels)
21 ABR	Estrategia Digital: Cómo el uso de Deal cualifica al usuario dentro del funnel de campaña (phd & Adevinta)
22 ABR	Integración de Marketing y Ventas. Aplicación a entornos B2B (Dígitos)
23 ABR	El Momento Next: un enfoque psicológico para una mayor efectividad de los anuncios durante el COVID-19 (Taboola)
24 ABR	Esports y Gaming siguen siendo la oportunidad para las marcas (Comisión

eSports: Antevenio Shakers, TopTier &

Liga de Videojuegos Profesional)

27 ABR	Cómo asegurar un retorno seguro a nuestro trabajo (PwC)
28 ABR	Clusters de Audiencias. Cómo utilizar la data para trazar al usuario antes, durante y después del Covid-19_(Infinia, OMD, PlayStation & MediaCom)
29 ABR	Audiencias contextuales. Vuelta a los básicos & innovación en un ecosistema cambiante (Xandr, Seedtag, MediaCom & eltiempo.es)
29 ABR	Marketing de Afiliación como aliado ante el impacto del COVID-19_(Awin)
30 ABR	La resolución de identidades en un futuro sin cookies (Zeotap)
06 MAY	Marcas & Influencers se adaptan a los tiempos de Covid19 (Comisión Influencers: 2bTube, Kaiser Media Group & Keeper Experience)
07 MAY	La Inteligencia Artificial más allá del marketing digital. ¿Cómo las empresas exitosas implementan la IA para hacer crecer su negocio más rápido? (RTB House)
08 MAY	Retos de la Industria Audiovisual: ¿Cómo medir de forma integral todo el consumo offline y online? (Google & Barlovento Comunicación)
12 MAY	Líderes también en las redes sociales. ¿Cómo construir la identidad digital de los

directivos? (Hotwire)

13	Futuro y oportunidades de los grandes marketplaces tras el COVID19 (Tuttor)
19 MAY	Foro Legal Influencers, marcas y derecho. (Havas, Antenvio, Heineken, Estudio Legal de Comunicación, DENAE & IAB Spain)
21 MAY	#SEOandTools: El uso de herramientas en tu estrategia SEO (Making Science)
25 MAY	Cómo medir tus campañas y las de tus competidores de forma transparente y eficaz. (Adwatch & Adjinn)
26 MAY	Performance Marketing: cómo incrementar tu ROI con el Native (Outbrain)
02 JUN	¿Quiénes son los mejores clientes? La analítica avanzada tiene la respuesta (Experian)
08 JUN	A Escenarios dinámicos: Soluciones dinámicas. ANÁLISIS funcional para tu estrategia (Adtoox)
11 JUN	Presentación del primer panel de eSports en España (Epsilon)
16 JUN	Algoritmia avanzada como solución a un escenario cookieless (Addconversion)
18 JUN	Tus empleados como Influencers de tu marca (Social Publi)
26 JUN	Drivers Insights del Consumidor en Época de Cambio: ¿Cómo identificarlos y sacarles partido a través de los datos? (Rebold)







Actividades del Área Legal



Actividades del Área Legal



Actualización de la Guía sobre el uso de las cookies / 18 de noviembre

In la sede de la AEPD, se ha presentado la actualización de la Guía sobre el uso de las cookies, modificación necesaria para adaptar el texto de 2012 al Reglamento General de Protección de Datos. Esta nueva Guía se ha realizado por parte de IAB Spain conjuntamente con la AEPD, Autocontrol, Adigital y la aea (Asociación Española de Anunciantes).







Actualización de la Guía sobre el uso de las cookies / 21 y 28 de noviembre

ara dar a conocer a nuestros asociados en profundidad la nueva Guía de Cookies, se desarrollaron tanto en Madrid (21 de Noviembre) como en Barcelona (28 de Noviembre) sesiones informativas en las que se abordaron los aspectos más relevantes de la misma.





Descarga la Guía de cookies aquí.





E- Privacy / 20 noviembre

ras la aprobación y lanzamiento en 2018 del RGPD, el siguiente hito importante en materia legal están siendo los debates sobre la propuesta de Reglamento sobre Privacidad y Comunicaciones electrónicas que reforma la Directiva 2002/58/CE y que sustituirá nuestra actual Ley de Servicios de la Socie-

dad de la Información (Reglamento de e-Privacy). Representantes de IAB Spain mantuvieron reuniones con representantes del Parlamento Europeo y de la Comisión Europea con la finalidad de trasladarles el impacto de la normativa para el sector publicitario digital.







Marco Transparencia y Consentimiento IAB. Participación Steering Committee

urante 2019 y 2020 el departamento Jurídico de IAB
Spain ha participado en los diferentes grupos de trabajo del Marco de
Transparencia y Consentimiento de
IAB Europe, que se reúnen con una periodicidad semanal. En concreto, participa en los grupos de trabajo de
Policies, Steering Committee y DPA
Outreach, donde IAB Spain ostenta la Vicepresidencia.

El Marco de Transparencia y Consentimiento (TCF) es un estándar de código abierto desarrollado por parte de IAB para dar cumplimiento a las exigencias de transparencia y consentimiento del RGPD, y garantizar así que los medios y las empresas del ecosistema publicitario digital cumplan con estas nuevas disposiciones. La finalidad es ayudar a los medios a propor-



cionar información precisa a los usuarios en tiempo real, obtener el consentimiento del usuario para el tratamiento de datos por parte de los terceros, y transmitir información sobre ese consentimiento a través de toda la cadena de valor. El objetivo es incrementar la transparencia y ofrecer a los consumidores europeos un mayor control de sus datos. En estos momentos se está ultimando la versión 2.0 del marco, que comenzará a ser de aplicación en agosto de 2020.



Consultar el marco de transparencia y consentimientode iab europe e iab tech lab <u>aquí</u>.



Normativa, posicionamientos, enmiendas, opiniones.

omo parte de la actividad del departamento, se han desarrollado posicionamientos y enmiendas sobre normativas en desarrollo legislativo. Al respecto, se ha hecho seguimiento de todas las normas que afectan al sector (marco normativo audiovisual, o la normativa reforma de los derechos de autor, ley sobre impuestos a determinados servicios digitales)

- E-privacy
- Directiva Propiedad Intelectual
- Directiva Audiovisual
- Consulta pública propiedad intelectual
- Plataformas
- Informe Directiva Servicios digitales
- Impuesto digital

Código de Conducta de los miembros de IAB Spain

Durante 2019, se ha desarrollado para su revisión y aprobación en Junta Directiva, del Código de Conducta aplicable a los empleados de IAB Spain, para cumplir así con las recomendaciones de buen gobierno corporativo en entidades privadas. Está disponible en la web de la Asociación.

Descarga el Código de Conducta aquí.





Reuniones Grupos de Trabajo Legal:

E l área legal ha celebrado 5 reuniones del GT Legal Privacidad y Data, 2 sobre Propiedad Intelectual y 2 sobre audiovisual.









Actividad Area legal. Participación en foros y eventos

14 de junio



How to Diversify Revenue in 2019: Publisher Debate. Foro organizado por nuestro asociado Marfeel en el que se debatió el papel de los medios en la actual coyuntura de negocio y legal, con representantes de Marfeel, Google y Grupo Godó.

Vídeo disponible aquí.

18 de julio



Curso sobre la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales organizado por la Agencia Española de Protección de Datos en la Universidad Internacional Menenez Pelayo.

Mesa redonda "Tecnologías de seguimiento, perfilado y protección de datos" moderada por Luis de Salvador de la AEPD.

Vídeo disponible aquí.

16 de septiembre



Evento Transparency and Consent Framework. Sesión Informativa sobre el Transparency and Consent Framework con representantes de IAB Europe y de IAB Tech Lab





Actividad Area legal. Participación en foros y eventos

$27 \left| \begin{array}{l} \text{de} \\ \text{septiembre} \end{array} \right.$



Desayuno Rebel Fridays sobre el futuro del user ID y las cookies. Desayuno organizado por el asociado Good Rebels en el que se trató el desarrollo de futuros identificadores técnicos.

4 de octubre



Congreso de Privacidad Bilbao, Wolkers Kluwer, "Mesa sobre Privacidad en entornos digitales y de marketing on line". Se abordaron los retos legales para los actores intervinientes en la compra programática en el cumplimiento del RGPD.

17 de octubre



El papel de las fake news en la formación de la opinión individual y colectiva. ¿Impacto legal? 15º Congreso Jurídico de la Abogacía ICAMALAGA. Intervención sobre el impacto legal de las noticias falsas y el papel de la publicidad.





Actividad Area legal. Participación en foros y eventos

 $\frac{29}{\text{octubre}}$



Intervención sobre Nueva Guía de la AEPD sobre el uso de las Cookies: Análisis y Reflexiones". Foro organizado por Broseta Abogados.

29 de octubre



Intervención sobre "Brexit, data transfers and e-Privacy" en el evento Insights on GDPR in a Data-Driven Economy, organizado por DENAE y la Universidad Queen Mary. 26 de febrero



Evento Club DPO, de la Asociación Española de Calidad. El futuro Reglamento de e-Privacy. Especial referencia a las cookies.







Comisiones y Grupos de trabajo

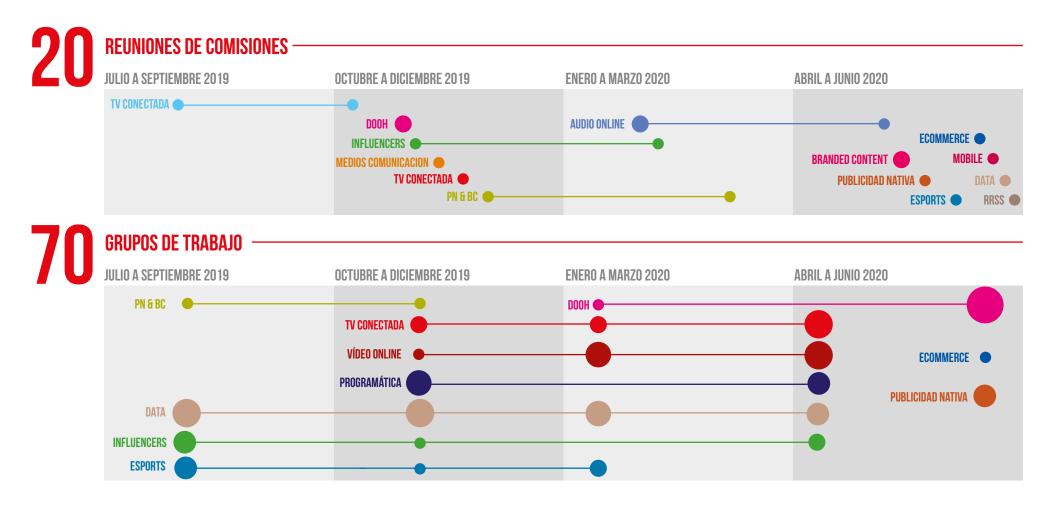


Comisiones y Grupos de trabajo





a actividad de las Comisiones y de los Grupos de trabajo a lo largo de este período, y a pesar de la aparición del COVID, ha sido ejemplarmente prolífica, llegando a producirse **20 reuniones de comisiones y hasta 70 grupos de trabajo**. Todos los grupos de trabajo han estado desarrollando diferentes proyectos (infografías, ecosistemas, estandarización de métricas, etc) que han desembocado en la elaboración de Libros Blancos o Guías Prácticas.







Actividades del Área de Formación



9

Actividades del Área de Formación

Formación



esde IAB Spain, seguimos apostando por el
crecimiento profesional
a través de una de las patas más
importantes de la asociación: La
formación. Seguimos creando grandes profesionales para la industria
publicitaria digital, abriendo nuevos
caminos, con formación presencial
en Madrid y Barcelona y lanzando
cursos en formato online para hacer
accesible la formación a todo aquel
que la requiera.

Detectamos las grandes demandas del mercado por lo que renovamos cada año las temáticas de nuestras formaciones, ofreciendo un gran abanico formativo: Cursos Intensivos, Talleres prácticos, Cursos Superiores, Máster, Formación In Company y Formación Online.

El número de personas formadas durante el ejercicio del pasado año, asciende a más de 650 alumnos en el ámbito presencial y más de 1.000 alumnos en el ámbito online.









Actividades del Área de Formación

Formación



Cursos Intensivos y Talleres Prácticos

2019

18 Barcelona: Taller Práctico Adtraficker Professional. (T20 Media).

25 Madrid: Curso Intensivo Marketing de Afiliación (Awin).

21 Madrid: Formación Guía de Cookies (IAB Spain).

Mar Marid: Taller Práctico Adtrafficker professional. (T20 Media).

28 Barcelona: Formación Guía de Cookies (IAB Spain).

2020

Madrid: Curso Intensivo DataDriven Creative (Telefónica).

Online: Curso Intensivo Programática y Social ¿Diferentes o complementarias? (Adbibo).

Online: Curso Intensivo para conocer la situación real del mercado del DATA en España (Datmean).

Online: Curso Intensivo para conocer la necesidad de atribuir correctamente en la nueva era post covid. (Telefónica).

Online: Curso Intensivo Marketing de Influencia (2bTube & Google/Youtube).









Actividades del Área de Formación

Formación



Cursos Superiores

2019

SEP | Madrid: Curso Superior Compra 2019 Venta Programática y Data.

Barcelona: Curso Superior Compra Venta Programática y Data.

OCT Madrid: Curso Superior Trading de Compra Programática.

NOV Barcelona: Curso Superior Trading de Compra Programática.

2020

FEB Madrid: Curso Superior Gestión Deportiva en Marketing de eSports.

FFB | Madrid: Curso Superior Compra 2020 Venta Programática y Data.

JUN Online: Curso Superior Del Ví-2020 deo Online a la Addressable TV.



Curso Superior eSports

Programática Madrid



Curso Superior Trading de Compra



Curso Superior Compra Venta Programática v Data Madrid



Curso Superior Trading de Compra Programática Barcelona



9

Actividades del Área de Formación

Formación



Formación In Company

eguimos lanzando formación 100% personaliza y a medida, tanto en formato presencial como en formato online, con los mejores profesionales en activo del sector, con el objetivo de satisfacer necesidades formativas en materia digital. Hemos formado a los equipos de grandes compañías como: Huawei, OMD, PHD, Mapfre, La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Páginas Amarillas, Posterscope, France TV, Datmean...





9

Actividades del Área de Formación

Formación



Máster Digital Business

Spain y el hub de formación, talento y emprendimiento The Valley Digital Business School han comenzado una nueva edición del Máster en Digital Business (MDB+) como partners académicos. De esta forma, una edición más, IAB Spain sigue cumpliendo con el objetivo de formar a profesionales

para dotarlos de las mejores herramientas y skills en el ámbito digital. Durante los meses de Septiembre y Octubre de 2019, se lanzaron ediciones conjuntas en Madrid y Barcelona, cubriendo así la demanda de nuestros socios y el sector de la Publicidad y el Marketing Digital.













Actividades apoyo de la Asociación durante el COVID 19



10 Actividades apoyo de la Asociación durante el COVID 19



ebido a la situación excepcional que hemos vivido durante la pandemia producida por el COVID19 en España, en IAB Spain hemos trabajado para apoyar a nuestros asociados e industria en diversas áreas de actuación.

Por ello, hemos recogido de una manera sencilla y práctica, todas las acciones que durante el período de confinamiento hemos llevado a cabo. Para ello, creamos IAB Spain #Beconnected, un especial dentro de nuestra web donde el asociado ha podido encontrar todas las acciones y actividades que hemos puesto en marcha durante este tiempo (informes, webinars, comunicados, formación etc.)





10 Actividades apoyo de la Asociación durante el COVID 19



Análisis e Información de Ayudas Estatales

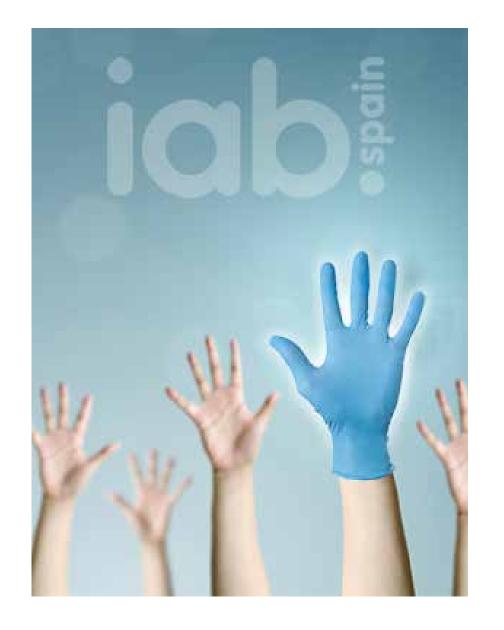
Descarga las comunicaciones aquí.

Iniciativas y ayudas de IAB Spain, así como Peticiones al Gobierno de apoyo mediante desgravaciones al sector digital

Descarga las peticiones aquí.

Informes específicos de Industria

Descarga los informes aquí.





10

Actividades apoyo de la Asociación durante el COVID 19



Puedes consultarlos aquí

Observatorio de la Publicidad Digital Semanal con Adjinn



Observatorio de Insights de DATA con Datmean



Flash de Inversión en Medios Digitales con PwC



Termómetro Digital frente al Covid19 con nPeople











1 1 IAB Spain en la red Internacional



Spain ha participado activamente en las reuniones que IAB EU ha celebrado a lo largo del año de manera virtual y presencial, asegurando así que la voz del mercado español tenga una presencia relevante en los foros de debate y trabajo de IAB en Europa. Colaborando proactivamente en distintos grupos de trabajo con cadencia semanal, quincenal o trimestral, IAB Spain ha contribuido a los distintos desarrollos liderados por IAB EU.

Además, y como respuesta por parte de la Junta Directiva de IAB Spain a la necesidad de abordar desde un punto de vista técnico aspectos clave de nuestra industria, como el TCFv2 o el proyecto REARC, y hacer llegar a todos los asociados la información sobre los contenidos técnicos que se llevan a cabo en diferentes ámbitos del sector. con un foco muy especial en trasladar los avances que se realizan en IAB Tech Lab, se ha configurado el grupo de trabajo denominado Innotech.

Con diversos profesionales de perfil técnico de compañías asociadas, Innotech continuará desarrollando su labor abordando también la colaboración en la Post Third Party Cookies Taskforce creada por IAB EU.













Marketing & Investigación





Capital Radio

Con Belén Acebes en:

Estudio Millennials y Generación Z



Cinco Días

Con Javier Galilea, en:

Las redes sociales mandan



Conexion Shaeffler

Con Belén Acebes



Marketing & Investigación





El País

Con Cesar Alonso, en: El escaparate de la TV a la carta



El País

Con Salvatore Cospito, en: Un fichero y un notario contra el fraude en la red. Blockchain



Anuncios

Entrevista Ángel Fdez Nebot recién elegido presidente



Marketing & Investigación



IAB Spain encabeza la solicitud de medidas concretas de apoyo para

22/04/2020 12:00

El Presidente de IAB Spain, Ángel Fernández Nebot ha dirigido una carta a la Ministra de Hacienda, María Jesús Montero, así como a la Ministra de Asuntos

Industria Gráfica Online y **Prosign**

Hoy entre otros, se hacen ECO del comunicado que envió Ángel Nebot a la Ministra de hacienda y la Ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, solicitando apoyo para la Industria Digital



La Razón - Innovadores -

Con Reyes Justribó, en:

El alza en las audiencias de los eSports



La Vanguardia

Con Ángel Nebot, en:

El uso de la tecnología en el futuro



Marketing & Investigación









Marketing Directo Estudio DOOH



Expansión

Extra_podcast & publicidad



Marketing & Investigación





La Vanguardia Jornada Influencers



El País Negocios

Con Manuel Mercader, en:

Programatica



ABC

Millenials vs GenZ



Marketing & Investigación





Diario Sur.es

Con Paula Ortiz, en:

La fake news se viralizan un 70% más que las noticias verdaderas



El mundo.es

Con Paula Ortiz, en:

El desprestigio de las "fake news" ya afecta a las grandes marcas



Área Legal





programapublicidad.com

Con Paula Ortiz, en:

Guía sobre el uso de Cookies



Capital Radio

Con Paula Ortiz, en:

La magia de la Publicidad. Nueva Guía de Cookies



MEMORIA_ JULIO 2019 2020 JULIO

