



10º ENCUENTRO INTERNACIONAL AIMC
El camino hacia la medición integral

CÓMO MEDIR LA AUDIENCIA REAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- El próximo 20 de noviembre AIMC inaugurará su **10º Encuentro Internacional**, el mayor foro profesional sobre medios de comunicación y audiencias, en la Fundación Ramón Areces.
- Máximos responsables de los medios, agencias, anunciantes y expertos en investigación de audiencias analizarán cómo la medición integral se está implementando en los distintos países europeos de referencia.
- Los asistentes que se inscriban antes del 15 de octubre gozarán de un descuento del 20 % en sus tarifas.

Madrid, 1 de octubre de 2015. AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) celebrará el próximo 20 de noviembre en la Fundación Ramón Areces (Madrid) su **10º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios**, en donde una selección de expertos internacionales del mundo de la investigación analizará la situación, el desarrollo y las tendencias vigentes en la medición de audiencias.

“El camino hacia la medición integral” es el título central de esta edición y resume una de los grandes retos que afectan al sector de los medios de comunicación y la publicidad: cómo integrar métricas que midan la audiencia real de los medios a través de las distintas plataformas en las que se difunden sus contenidos. Con ésta intención, el **10º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios** tomará como referencia las principales experiencias internacionales para dar a conocer sus aprendizajes y las diferentes soluciones que se están llevando a cabo en otros mercados respecto a esa nueva integración de la medición.

Expertos internacionales para soluciones globales

Los profesionales más destacados en el campo internacional enriquecerán a los asistentes con sus experiencias y abordarán temáticas de máximo interés para el panorama de los medios de comunicación y la investigación de audiencias.

Los participantes confirmados hasta el momento expondrán su visión sobre temas como los siguientes que destacamos a continuación:

- **“Old Television, new televisión, no televisión”**: Leendert van Meerem, Director General de LMVR Media & Research Consultors. Su ponencia tratará sobre la medición del OTT (Contenido Over The Top, o Over The Top Television), contenidos audiovisuales que se consideran "No televisión".
- **“¿Qué está ocurriendo con la investigación de los lectores alrededor del mundo?”**: Jennie Beck, Directora Global de Kantar Media, explicará su visión sobre qué es lo que necesitan los editores, ante la transformación digital, y cómo algunos están respondiendo a este desafío.
- **“El futuro de la medición de la audiencia: las 5 Ms”**: Yannick Carriou, Director Global de Ipsos Connect, explicará cuáles son los acontecimientos más importantes que ya han comenzado y que llegarán a buen término en el área de la medición de audiencias.
- **“Construir la medición crossmedia”**: Paul Goode, SVP Marketing APAC/ EMEA/ LATAM de comScore, analizará la teoría que hay detrás de la alianza estratégica entre comScore y Kantar Media para hacer frente



10º ENCUESTO INTERNACIONAL AIMC

El camino hacia la medición integral

al desafío de construir una medición cross media y cómo se está aplicando esta asociación en el mercado español.

- **Pirjo Svedberg, Vicepresidenta Ejecutiva de MMS**, explicará **“cómo poner en marcha y mantener una moneda de medios totalmente aceptada que cubra toda la televisión y la visualización de vídeo en todas las plataformas, pantallas y situaciones”**.
- **“El futuro de la medición de los lectores: medición de la audiencia total”**: Irena Petric, directora ejecutiva de NOM (National Onderzoek Multimedia), expondrá y evaluará los resultados y las consecuencias del nuevo diseño de la encuesta de lectores en el mercado holandés.
- **“Medición de la Comunicación Digital del “ Out of Home”: AM4DOOH*, una iniciativa europea**: Neil Eddleston, Director General de JC Decaux One World, explicará cómo la iniciativa AM4DOOH (Medición de la Audiencia Digital Fuera del Hogar), que cuenta con el apoyo de un consorcio de la industria, se dispone a afrontar el reto de medir la audiencia y la eficacia de la comunicación de las nuevas oportunidades digitales.

AIMC presenta el microsite del 10º Encuentro Internacional

Enmarcado en el constante proceso de mejora y actualización que AIMC realiza en torno a las nuevas tecnologías y redes sociales, la asociación presenta el microsite del **10º Encuentro Internacional de AIMC**, (<http://www.aimc.es/10encuentroAIMC>), una herramienta útil y funcional que ofrece a los usuarios una mayor rapidez de consulta en todos los temas relacionados con el evento y una identificación de los mismos más ágil e intuitiva. Además, las personas que deseen asistir al Encuentro podrán inscribirse a través de este microsite en la presente edición.

El microsite se divide en 5 secciones:

- **El Encuentro**: nos da la bienvenida a este evento de la mano del presidente de AIMC, Pedro Merino.
- **Inscripción**: contiene el formulario de inscripción y las tarifas para los interesados.
- **Ponentes**: recogerá todos los datos de interés sobre los participantes en el **Encuentro Internacional** como sus biografías, cargos, fotos, etc.
- **Agenda**: este espacio se irá actualizando continuamente hasta el día del evento incluyendo ponencias, horarios, etc.
- **Localización**: este apartado mostrará a los usuarios la ubicación exacta de la Fundación Ramón Areces así como las mejores maneras de acceder a la misma ya sea en transporte público o privado: metro, autobús, parkings cercanos, etc.



Además, AIMC contará con un perfil específico del evento en Twitter ([@encuentroaimc](https://twitter.com/encuentroaimc)) para mantenerles informados de las todas las novedades del mismo hasta su celebración.

¿Cómo inscribirse en el Encuentro de manera sencilla, rápida y más económica?

Los interesados que se inscriban en el **10º Encuentro Internacional de AIMC** antes del día 15 de octubre, gozarán de un descuento del 20% en la tarifa de registro. Además, en esta edición AIMC ofrecerá una cuota especial para estudiantes y profesionales en paro.

Las tarifas de inscripción del **10º Encuentro Internacional sobre Investigación de Medios** son as siguientes:

	1er Inscrito	2º Inscrito y sucesivos
ASOCIADO	325€+ 21% IVA	290 + 21% IVA
NO ASOCIADO	410€+ 21% IVA	365 + 21% IVA
ESTUDIANTE/ PARADO	110 €+ 21% IVA	

AIMC ha suscrito también un convenio con las siguientes asociaciones: AEA, AEACP, AEDEMO, ANEIMO, AGEP, FNEP, Asociación de Marketing de España, IAB y MMA.

Sobre el Encuentro Internacional de Investigación de Medios

Desde 1995 AIMC organiza estos Encuentros Internacionales que conforman el escenario más completo para la reflexión y discusión sobre metodologías, alternativas, novedades y problemas que, en el campo de la investigación de medios, de audiencias y de eficacia publicitaria, están vigentes en nuestros días tanto en España como en otros mercados.

Para la realización de esta nueva edición del **Encuentro**, AIMC contará con el patrocinio de Cadena SER, Publipress Media y Carat España, así como con colaboración de El Corte Inglés que ha cedido desinteresadamente sus instalaciones de la Fundación Ramón Areces.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 138 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados.

Para más información visite:

<http://www.aimc.es>

<http://www.aimc.es/10encuentroAIMC>

  @encuentroAIMC