

Smart AdServer revela los resultados de su primer barómetro sobre banners publicitarios

Paris, 31 de marzo de 2009 – **Smart AdServer**, protagonista principal en Europa en el sector de **advertising** y **marketing digital**, revela hoy los resultados de su primer barómetro **Smart AdMetrics**, dedicado a la popularidad y evolución de los principales formatos de banners interactivos.

Realizada a partir de la suma de los datos de sus clientes anunciantes, agencias, empresas publicitarias y editores, que reúnen varios centenares de miles de publicaciones en 2008, las conclusiones de este primer estudio son las siguientes:

- El mercado de los banners se fragmenta en unos cuarenta formatos publicitarios distintos;
- Solamente 7 formatos se han empleado a lo largo de todos los años desde 2006 ;
- Los formatos 728x90 y 300x250 suman entre los dos cerca de los dos tercios del mercado;
- Un formato histórico, el 468x60 está a punto de desaparecer;
- El tamaño medio de los banners ha variado poco en estos últimos cuatro años, pasando de 27 à 32 Kb ;
- La cantidad de banners por página se ha mantenido relativamente estable (2,3).

Este primer barómetro es así mismo una oportunidad para insistir sobre la reducción relativa de la superficie y tamaño de los banners. Aunque el banner de 728x90 sea 50% mayor su antecesor (468x60), representa solamente 6% de una pantalla de resolución XSGA (1280x800), mientras que un banner de 468x60 ocupaba alrededor del 9% de una pantalla de resolución VGA (640x480).

Siempre según el barómetro Smart AdMetrics, el tamaño de un banner ha aumentado ligeramente. En los banners más frecuentes, el tamaño ha pasado de alrededor de quince kilobytes a unos 30 kilobytes en 2009. Durante ese tiempo, las velocidades que emplean los internautas se han multiplicado prácticamente por diez, pasando de los modestos módems de 56 kb/s (7 Kb/s) a los ADSL con velocidad mínima de 512 kb/s (64 Kb/s), o sea, un aumento de más de 900%.

*« Mientras determinados medios en línea vienen observando una presión a la baja sobre sus tarifas CPM, circunstancia que replantea las bases de todo el ecosistema de Internet, ha llegado sin duda el momento de volver a diseñar los banners para conseguir que sean sencillamente más llamativos y más creativos. Socio fiel de las agencias y empresas publicitarias desde hace casi una década, Smart AdServer pone su tecnología al servicio de este objetivo », comenta **Cyrille Geffray, Director General de Smart AdServer.***

Acerca de Smart AdServer

Smart AdServer desarrolla y comercializa una de las principales tecnologías de **advertising** para la gestión de campañas publicitarias online para agencias de medios de comunicación y editores. Creada en 2001, la sociedad Smart AdServer se ha convertido rápidamente en uno de los actores principales en Francia y presenta el crecimiento más rápido de Europa

entre sus competidores gracias a las funcionalidades innovadoras y únicas de su producto y a su sencillez de uso. Smart AdServer cuenta con 150 clientes para 1200 sitios diseminados en cuatro continentes.

Entre sus clientes se encuentran grandes agencias de medios de comunicación como Zed digital, Starcom, Mindshare, Mediacom, Mediaedge:cia, Universal McCann, Nextedia ... así como un gran número de sitios y empresas, entre ellos La Vanguardia (grupoGodo), mailxmail, Solostock, Infoelder (Grupo Intercom), Filmax, Boursorama, PIXmania, Reedbusiness, MSD Global, NRJ Global, Wolters Kluwer, Axel Springer ...

www.smartadserver.com

Contact Smart AdServer

Caroline Marshall

Email : cmarshall@smartadserver.com

Tel: +33 1 53 57 79 69

Contactos de prensa de Smart AdServer - Agencia Point Virgule

Annabel Verrier / Marion Lauria

E-mail: averrier@pointvirgule.com / mlauria@pointvirgule.com

Tel.: 01 73 79 50 59 / 01 73 79 50 67