



Auditel

Progetto CUSV

Il nuovo approccio Auditel
alla misurazione degli spot on/off line

Lorem ipsum

Auditel.it

Auditel S.r.l. - Tutti i diritti riservati ©

Il presente documento e tutte le informazioni qui contenute sono strettamente riservati e a solo uso interno. È vietata qualsiasi copia, rivelazione, divulgazione a terzi con qualsiasi mezzo, nonché ogni e qualsiasi utilizzo abusivo del presente documento e delle informazioni in esso contenute.

This document and all information contained therein are strictly reserved and only for internal use. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means to third parties, as well as any other and all illegal uses of this document and of the information contained therein.

Indice

1. CHE COS'È IL CUSV	5
2. I PRINCIPALI BENEFICI	6
3. COME OTTENERE IL CODICE DI TRACCIAMENTO CUSV	7
4. APPENDICE: COME FUNZIONA IL CUSV	13
4.1 Campagne digital: inserimento del codice-tracciamento sull'AdServer	14
4.2 Campagne digital: rilevazione delle campagne codificate mediante CUSV	16
4.3 Campagne TV: inserimento del codice di Tracciamento negli adRepository	17
4.4 Riepilogo del flusso dati: campagne digital	17
4.5 Riepilogo del flusso dati: campagne TV offline	18



1. Che cos'è il CUSV

Da ottobre 2020, nello stesso modo in cui vengono rilevati gli ascolti TV fruiti non attraverso il tradizionale apparecchio televisivo ma sui device digitali (pc, smart-phone, tablet, smart TV, game console), Auditel misura anche la performance dei contenuti pubblicitari, i cosiddetti spot, attraverso una codifica proprietaria chiamata CUSV (Codice Univoco Spot Video), che si applica sia al contesto della TV tradizionale che a quello della TV fruita attraverso il web.

L'innovativa misurazione di Auditel è in grado pertanto di rilevare la fruizione di pre-roll, mid-roll e post-roll, utilizzando le principali metriche di misurazione tipiche dell'ambiente digitale quali i legitimate stream e il time spent.

Tale misurazione consente pertanto di disporre di informazioni specifiche in termini di durata, prodotto, campagna, contesto di erogazione, investitore, ecc.

Tutto ciò avviene grazie alla generazione di un codice di tracciamento aggiunto ai metadati del file video e alla descrizione delle sue caratteristiche lungo tutto il processo di erogazione verso la visualizzazione del consumatore: dal confezionamento del video nella fase di post-produzione; al caricamento sugli AdServer (delle concessionarie o dei centri media); alla erogazione nei player degli editori; fino alla raccolta del codice di tracciamento da parte di Auditel.

Il CUSV, quindi, consentirà di fare cross analysis TV-digital di una campagna pianificata sia in TV sia sulle properties digitali (browser e APP) dei broadcaster.

Il CUSV misura contenuti erogati direttamente o mediante redirect su AdServer di terze parti e garantisce compatibilità con le varie tipologie di AdServer (Google, FreeWheel, Adagio, etc.).

Ovvero, è neutro rispetto alla tecnologia di AdServer utilizzata facilitando, perciò, l'implementazione da parte di coloro che devono caricare i contenuti su diversi AdServer.



2. I principali benefici

Il CUSV rappresenta una innovativa soluzione che, pur complessa al suo interno, offre all'utente un'architettura di semplice gestione.

L'advertiser che desidera misurare le performance della sua campagna può farlo in qualsiasi momento senza prevedere lunghi tempi di istruzione della misurazione ma semplicemente comunicando al partner che eroga lo spot (agenzia creativa, adserver...) di inserire il CUSV

L'impianto di misurazione Auditel consente inoltre di disporre delle informazioni di spot visionati anche all'esterno della propria abitazione e/o in mobilità.

Il fondamentale aggancio al contenuto editoriale (esclusività a livello europeo) costituisce il presupposto per il monitoraggio della brand safety

Il sistema è in divenire e può essere attivato indipendentemente dalla classificazione di tutti gli spot erogati dall'editore; allo stesso tempo la presenza di campagne di più advertiser consente

Il punto di arrivo di questo innovativo sistema di misurazione, previsto per il 2021 è l'integrazione del CUSV anche sulla tv lineare consentendo così puntuali analisi cross media.



3. Come ottenere il codice di tracciamento CUSV

Ottenere il codice CUSV è facile. I centri media, le Agenzie Pubblicitarie, gli inserzionisti possono gestire in prima persona l'attribuzione del Codice di Tracciamento CUSV alle proprie creatività.

Questi sono i passaggi necessari:

1. Registrare la propria azienda sul Portale CUSV all'indirizzo <http://contentlibrary.auditel.it/>
 - a. se si è al primo accesso, occorre cliccare su [Non hai un account? Registrati](#) e,
 - b. se l'azienda non è ancora presente nel menu a tendina, cliccare su [La tua Azienda non è presente? Invia richiesta](#)

2. Attendere l'approvazione da parte di Auditel

3. Provvedere a registrare i singoli operatori appartenenti alla propria azienda. Si tratta delle persone che caricheranno le creatività sul portale e otterranno il Codice di Tracciamento CUSV. Il Referente Aziendale indicato in fase di registrazione sarà il responsabile per la degli operatori della sua azienda e dovrà approvare la loro richiesta di registrazione

4. Caricare sul portale ogni creatività della campagna che si vuole tracciare e ottenere un codice per ciascuna.

Una volta caricata la creatività, il sistema restituirà un codice di tracciamento di quattordici caratteri alfanumerici che andrà inserito negli ADserver (per le campagne digitali) e negli ADrepository (per le campagne TV).

Per le modalità di caricamento sugli ADServer rimandiamo al prossimo capitolo di approfondimento tecnico, mentre per gli AdRepository occorrerà inserire il codice ottenuto dal portale nel campo Auditel Spot Id.

Il codice è assegnato in modo univoco a una creatività (di una campagna) da Auditel.¹ L'assegnazione avviene tramite un portale Auditel che prevede una fase di registrazione per poter ottenere l'abilitazione alla richiesta dei Codici CUSV.

¹ Per creatività si intende il file video caricato sull'AdServer per la distribuzione con durata e contenuto univoci. Per campagna si intende l'insieme di creatività diverse per durata e contenuto che fanno capo alla promozione di uno specifico prodotto in un arco temporale definito. L'assegnazione del codice è subordinata all'invio ad Auditel di una copia in bassa risoluzione della creatività stessa per la sua classificazione, tramite il sito/portale CUSV di Auditel.

3. Come ottenere il codice di tracciamento CUSV

Una volta ottenuta l'abilitazione, la fase di caricamento comincia dall'accesso al portale Auditel:



Auditel

Accedi al tuo account

Email

Password

[Ho perso la password](#)

Ricordami

Log In

[Non hai un account? Registrati](#)

Per conoscere i dettagli tecnici e commerciali del CUSV
scrivete a info@auditel.it

auditel.it

Nel caso di primo accesso è necessario richiedere l'autorizzazione ad ottenere un accesso per conto di una delle aziende registrate, utilizzando il portale:



Auditel

Crea un nuovo account

Azienda *

[La tua azienda non è presente? Invia richiesta](#)

Avanti

3. Come ottenere il codice di tracciamento CUSV

Nel caso in cui l'azienda non è registrata è necessario richiedere l'autorizzazione ad Auditel utilizzando il portale:



Invia richiesta di registrazione azienda

Dati referente aziendale

Nome *

Cognome *

E-mail *

Numero telefono *

Dati azienda

Tipologia *

Ragione sociale *

Partita IVA *

Indirizzo sede *

DURC *

Associazione

N° Associazione

Dichiaro di aver letto l' [Informativa sulla Privacy, le Note Legali e la policy sui cookie](#)

Acconsento al trattamento dei miei dati personali al fine di usufruire del servizio

* Campi obbligatori

3. Come ottenere il codice di tracciamento CUSV

Una volta accettata la richiesta di registrazione dell'azienda, o se questa è già presente si può richiedere l'accesso utente, sempre utilizzando il portale:



Auditel

Crea un nuovo account

Nome *

Cognome *

E-mail *

Numero di telefono * 

Dichiaro di aver letto l' Informativa sulla Privacy, le Note Legali e la policy sui cookie

Acconsento al trattamento dei miei dati personali al fine di usufruire del servizio

* Campi obbligatori

Invia richiesta di registrazione

Una volta ottenuto l'accesso utente è possibile creare i codici CUSV per le creatività. La creazione è contestuale al caricamento sul sito, per cui il codice verrà fornito in tempo reale una volta completato il caricamento.

3. Come ottenere il codice di tracciamento CUSV

Il caricamento del file della creatività richiede l'inserimento di alcune informazioni (minime) necessarie per il processo di classificazione quali brand, prodotto, spot...

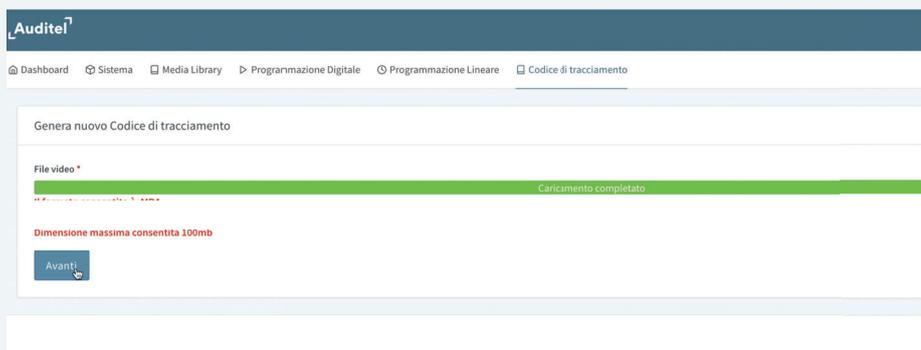
The screenshot shows the Auditel web application interface. At the top, there is a dark blue header with the Auditel logo and a navigation menu containing: Dashboard, Sistema, Media Library, Programazione Digitale, Programazione Lineare, and Codice di tracciamento. Below the header, the main content area is titled "Genera nuovo Codice di tracciamento". It contains several input fields: "Advertiser *" with the value "Azienda XY", "Prodotto *" with "Biscotti Cioccolato", "Soggetto / Materiale *" with "bambina che mangia biscotti", and "Data 1° live" with "08-11-2020". There is also a "Nota" section with a text area containing the placeholder "Puoi inserire una nota qui ...". At the bottom of the form is a dark blue button labeled "Invia richiesta nuovo Codice di tracciamento".

auditel.it

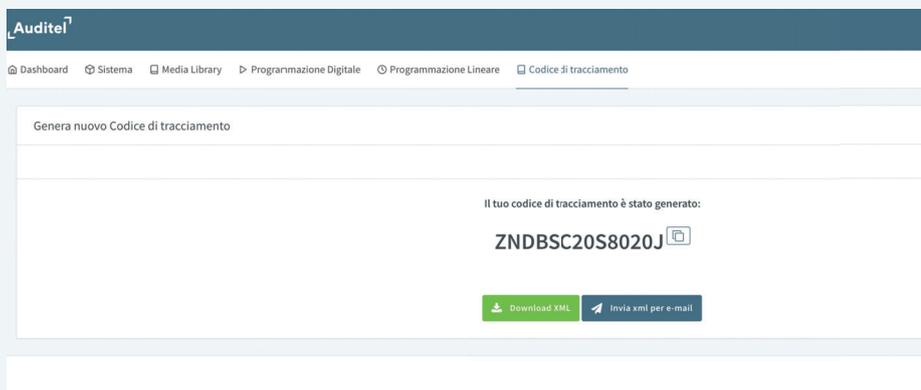
Una volta inserite queste informazioni è possibile caricare la creatività:

The screenshot shows the Auditel web application interface for uploading a video file. The header and navigation menu are identical to the previous screenshot. The main content area is titled "Genera nuovo Codice di tracciamento". It features a "File video *" section with a dashed border. Inside this area, there is a "Scegli file" button, the text "Nessun file selezionato", a downward arrow icon, and the text "Oppure Trascinalo Qui.". Below the dashed border, there is a red text label "Dimensione massima consentita 100mb" and a blue "Avanti" button.

3. Come ottenere il codice di tracciamento CUSV



Al termine dell'upload il codice CUSV verrà generato all'interno del Data Base Auditel, mentre verrà restituito un **codice-tracciamento** che solo Auditel potrà riconciliare con il codice CUSV utilizzato nella produzione del dato.



3. Come ottenere il codice di tracciamento CUSV

Il **codice-tracciamento** verrà inserito all'interno di un file XML che contiene tutte le informazioni relative al caricamento del video (metadati, nome del file, istante di caricamento etc. di cui riportiamo un esempio:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<UploadInformation UploadTime="2019-06-05 14:23:51" UploadContent="codice-tracciamento">
  <UploadResult>
    <ResultsList>
      <Result id="123456" name="upload-done">
        <MetaData>
          <Value AttributeID="response">OK</Value>
          <Value AttributeID="userID">1234567XXX535</Value>
          <Value AttributeID="brand">FERRERO</Value>
          <Value AttributeID="product">NUTELLA</Value>
          <Value AttributeID="datalive"> 2019-07-02 </Value>
          <Value AttributeID="filename">nutella2019-spot1.mp4</Value>
          <Value AttributeID="codice-tracciamento">FRRNTL19PJ010W</Value>
        </MetaData>
      </Result>
    </ResultsList>
  </UploadResult>
</UploadInformation>
```



4. Appendice: come funziona il CUSV

Il Cliente (o un suo intermediario) che richiede un codice CUSV deve assicurare che l'associazione **codice-tracciamento**/Creatività venga mantenuta durante tutta la filiera distributiva, al fine di consentirne il tracciamento. Questo comporta che la responsabilità di assicurare il corretto inserimento del **codice-tracciamento**, contestualmente al passaggio della creatività all'AdRepository, è in capo a coloro che hanno la responsabilità della gestione dell'alimentazione dell'AdRepository stesso. Per facilitare il processo è fondamentale che, ove possibile, il **codice-tracciamento** sia presente all'interno del nome del file distribuito lungo la filiera, anteponendolo al resto del nome del file video:

FRRNTL19PJ010W_<NOME DELLA CREATIVITA>.ESTENSIONE
(es: **FRRNTL19PJ010W_ Il_mio_Spot_.mp4**)

Il codice-tracciamento sarà dunque, univocamente, il primo elemento del nome del file che precede il primo underscore.

Analogamente a questo è necessario che lo stesso codice **codice-tracciamento** sia inserito nella scheda associata al file video della creatività, insieme ad altre informazioni che sono utilizzate nel processo distributivo (es. committente, nome campagna, etc.).

Il codice, infine, verrà "passato" al broadcaster (in una modalità da definire) per la corretta associazione all'identificativo della campagna.

Il nome del campo, sul software di AdRepository, da popolare con il codice-tracciamento sarà **auditel_spot_id**



4.1 Campagne digital: inserimento del codice-tracciamento sull'AdServer

Contestualmente all'upload della creatività sull'AdServer è necessario che l'operatore inserisca il codice **codice-tracciamento** generato durante la procedura di upload descritta al paragrafo 4.

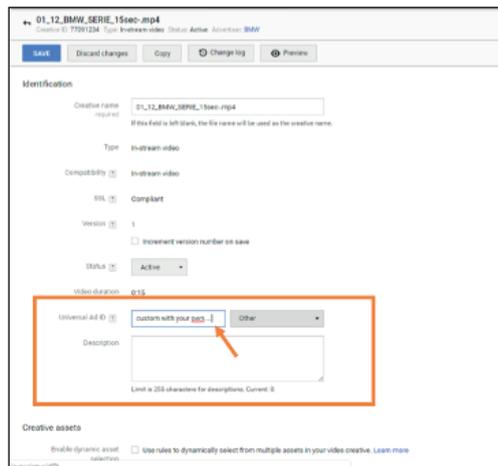
Avendo convenuto di utilizzare come standard il formato VAST 4, sarà necessario valorizzare il campo chiamato **Universal Ad Id** disponibile nei setting* per il caricamento della creatività In-stream video.

*Al momento (attuale versione del documento) per gli AdServer in utilizzo dai Clienti/Agenzia/centri Media, la feature è disponibile solo in Google Campaign Manager (vedi descrizione sottostante), le altre soluzioni si stanno attrezzando per permettere la configurazione dell' Universal Ad Id.

Per fare questo occorre differenziare due macro-casistiche:

4.1.1 Utilizzo dell'AdServer dei Clienti/Agenzia/centri Media

- a. Google Campaign Manager (meglio conosciuto come Doubleclick o DFA). Nel caso di Google, il campo è valorizzabile selezionando "Altro o Custom" e passando il valore del codice-tracciamento

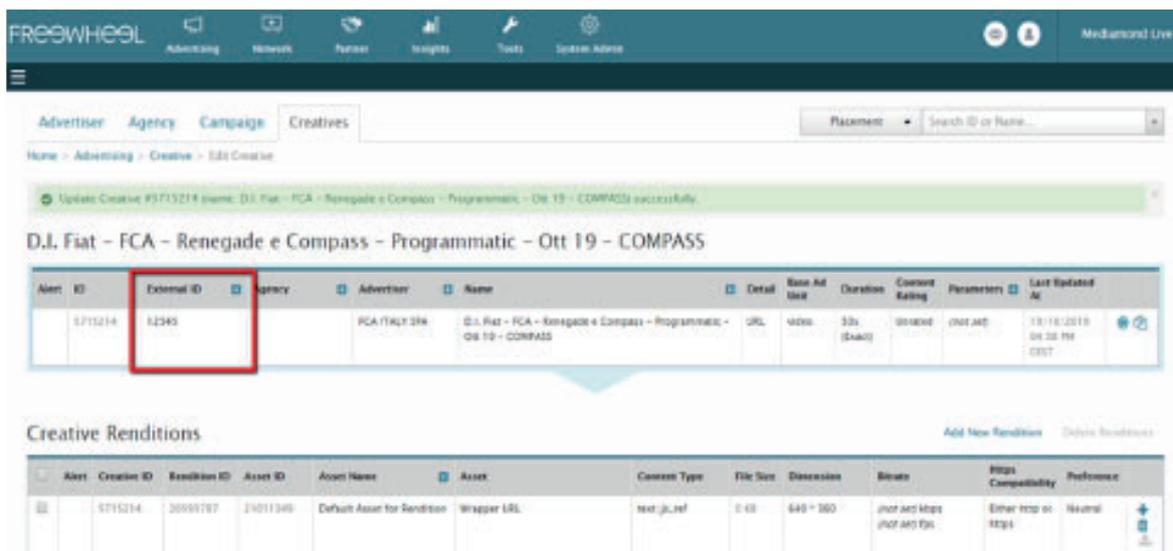


- b. Sizmek (attivo)
- c. Adform (disponibile prossimamente)
- d. Weborama (disponibile prossimamente)
- e. FlashTalking (disponibile prossimamente)

4.1.2 Utilizzo di un ADserver interno, dell'editore (erogazione diretta)

a. Freewheel

La comunicazione del codice-tracciamento avverrà valorizzando il campo External ID già presente in Freewheel



b. 1.2.2 Google 360°

Nel caso di Google 360° (sellside) occorrerà valorizzare il Creative ID e, contestualmente, fornire ad Auditel una tabella di conversione che colleghi il Creative ID al codice-tracciamento di Auditel. Questo perché l'ADid di Google 360° non permette un valore che non sia formattato secondo i suoi criteri

4.2 Campagne digital: rilevazione delle campagne codificate mediante CUSV

Una volta caricata la campagna sull'AdServer, l'erogazione della creatività viene effettuata sul player dell'Editore che potrà poi interrogare l'XML del formato VAST4 per estrarre l'UniversalAdId, contenente il codice codice-tracciamento:

Element	Attributes	Required	Section
VAST	version	Yes	3.2
/Error		No	3.2.1
VAST/Ad	id, sequence, conditionalAd	Yes	3.3
VAST/Ad/InLine		Yes*	3.4
/AdSystem	version	Yes	3.4.1
/AdTitle		Yes	3.4.2
/Impression	id	Yes	3.4.3
/Category	authority	No	3.4.4
/Description		No	3.4.5
/Advertiser		No	3.4.6
/Pricing	model, currency	No	3.4.7
/Survey	type	No	3.4.8
/Error		No	3.4.9
/ViewableImpression	id	No	3.5
/Viewable		No	3.5.1
/NotViewable		No	3.5.2
/ViewUndetermined		No	3.5.3
/AdVerifications		No	3.16
/Verification	vendor	No	3.17
/JavaScriptResource	apiFramework	No	3.17.1
/FlashResource	apiFramework	No	3.17.2
/ViewableImpression	id	No	3.17.3
/Extensions		No	3.18
/Extension	type	Yes	3.18.1
/Creatives		Yes	3.6
/Creative	id, sequence, adId, apiFramework	Yes	3.7
/UniversalAdId	idRegistry, idValue	Yes	3.7.1
/CreativeExtensions		No	3.7.2
/CreativeExtension	type		3.7.3
/Linear	skipoffset	Yes (linear)	3.8
/Duration		Yes	3.8.1
/AdParameters	xmlEncoded	No	3.8.2
/MediaFiles		Yes	3.9
/Mezzanine		Yes (ad-stitching)	3.9.2

4.3 Campagne TV offline: inserimento del codice di Tracciamento negli adRepository

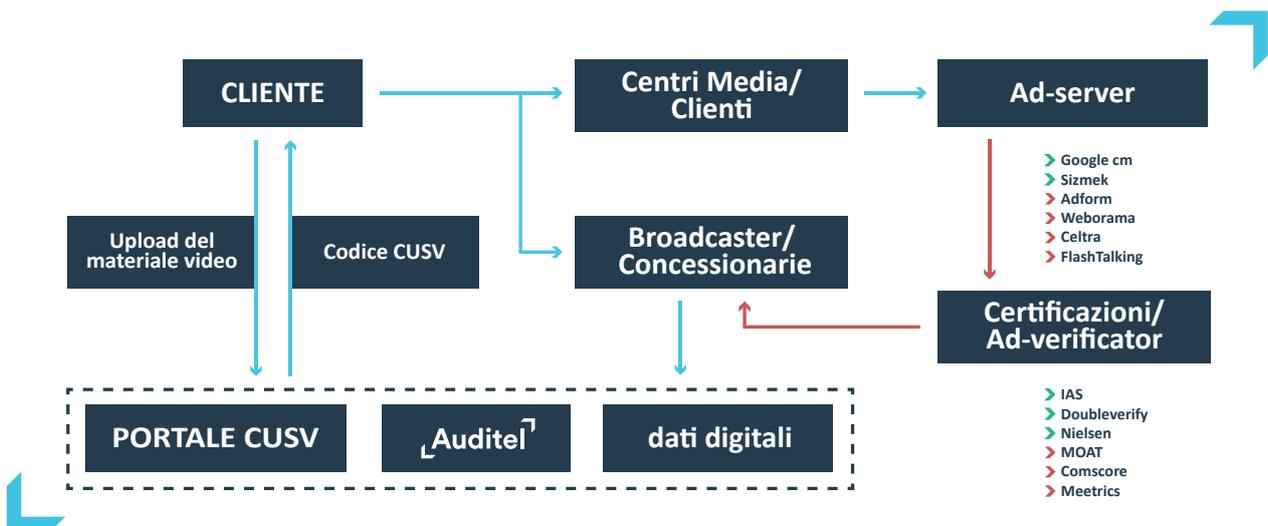
Per quanto riguarda la TV tradizionale ("offline"), attualmente, il tracciamento delle campagne tramite codice CUSV è possibile per questi AdRepository:

- AdStream
- AdToox
- Peach

Il codice di tracciamento va inserito nel campo Auditel Spot ID e verrà veicolato direttamente agli editori per la rispettiva programmazione.

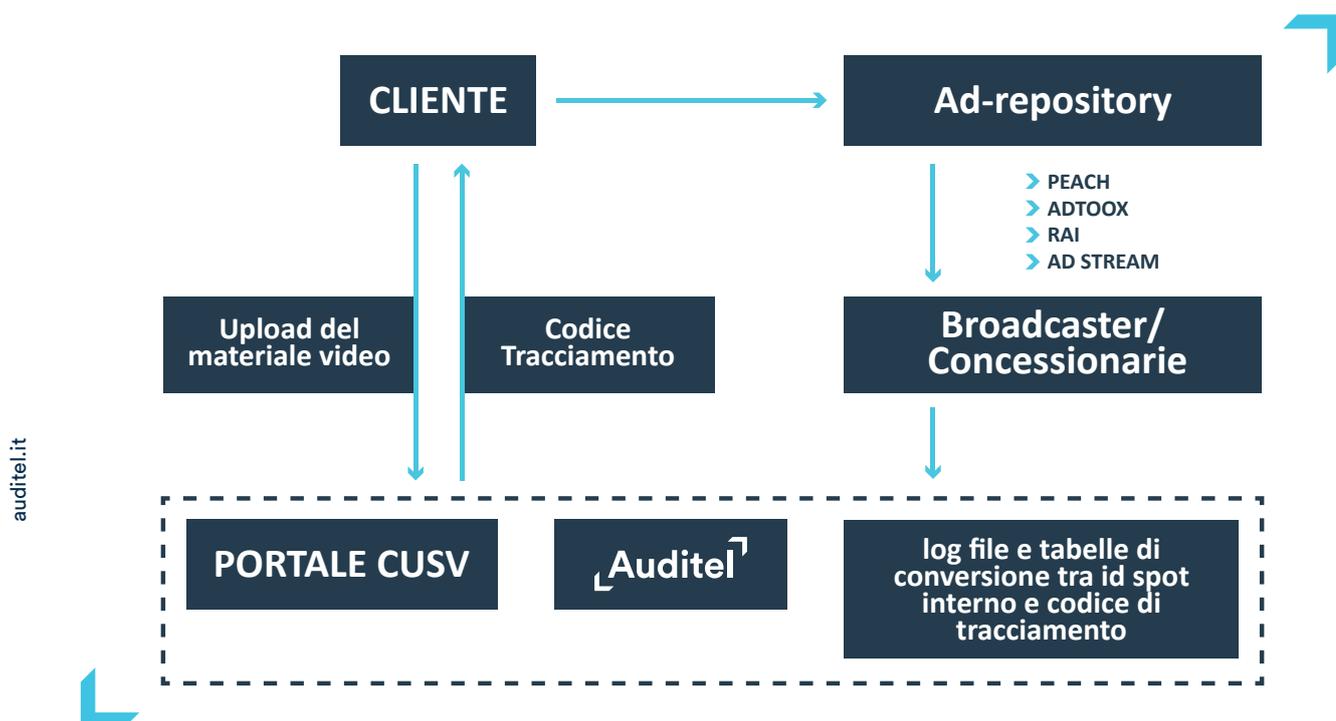
4.4 Riepilogo del flusso dati: campagne digital

Auditel recupererà le visioni delle campagne online tramite il proprio SDK di tracciamento installato sulle properties degli editori partecipanti al progetto.



4.5 Riepilogo del flusso dati: campagne TV offline

Analogamente alle campagne digital, recupererà i passaggi pubblicitari in TV tramite il controllo automatizzato dei log forniti dagli editori.



Auditel

Progetto CUSV

Auditel S.r.l.
Via Larga 11
20122 Milano
02 5829861

Auditel.it